

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO” – UNESP**

**FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO - FAAC**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM**

**Juliano Ferreira de Sousa**

**IMAGENS DAS JUVENTUDES: UMA MIRADA SOBRE O COMPORTAMENTO  
MIDIÁTICO-DIGITAL DOS JOVENS DE BAURU**

**Bauru – SP  
2015**

Juliano Ferreira de Sousa

IMAGENS DAS JUVENTUDES: UMA MIRADA SOBRE O COMPORTAMENTO  
MIDIÁTICO-DIGITAL DOS JOVENS DE BAURU

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado Acadêmico em Comunicação - PPGCOM, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Unesp, para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob a orientação do Prof<sup>a</sup>.Adj<sup>a</sup>. Maria Cristina Gobbi.

Bauru – SP  
2015

Sousa, Juliano Ferreira de.

Imagens das juventudes: uma mirada sobre o comportamento midiático-digital dos jovens de Bauru / Juliano Ferreira de Sousa, 2015

161 f.

Orientador: Maria Cristina Gobbi

Dissertação (Mestrado)- Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2015

1. Comunicação. 2. Juventude. 3. Processos Midiáticos. 4. Mídias Digitais. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. II. Título.

**ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE JULIANO FERREIRA DE SOUSA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.**

Aos 14 dias do mês de agosto do ano de 2015, às 17:00 horas, no(a) Auditório dos Programas de Pós-graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicacao de Bauru, Prof. Dr. JOSEPH DEAN STRAUBHAAR do(a) Departamento De / The University Of Texas At Austin, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de JULIANO FERREIRA DE SOUSA, intitulado "Imagens da juventude: uma mirada sobre o comportamento midiático-digital dos jovens de Bauru (SP)". Após a exposição, o discente foi arguido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovado. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.

  
 Profa. Dra. MARIA CRISTINA GOBBI

  
 Prof. Dr. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE

  
 Prof. Dr. JOSEPH DEAN STRAUBHAAR

Juliano Ferreira de Sousa

IMAGENS DAS JUVENTUDES: UMA MIRADA SOBRE O COMPORTAMENTO  
MIDIÁTICO-DIGITAL DOS JOVENS DE BAURU

**Área de concentração:** Comunicação Midiática

**Linha de pesquisa:** 1 - Processos Midiáticos e Práticas Socioculturais

**Banca examinadora:**

**Presidente/Orientadora:** Professora Adja. Maria Cristina Gobbi  
Instituição: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Unesp

**Professor:** Prof. Dr. Joseph Straubhaar  
Instituição: Universidadedo Texas – (Austin - EUA)

**Professo:** Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente  
Instituição: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp

Resultado:

Bauru, 14 de agosto de 2015.

*Dedico primeiramente a Deus, que sempre me iluminou e trouxe forças para superar as dificuldades encontradas.*

*A meus pais Ana e Paulo, que em todos os momentos acreditaram em mim e foram exemplos de caráter e dignidade.*

*À minha irmã Maria Emília e a todos os familiares e amigos que torcem, verdadeiramente, pelo meu sucesso.*

*Juliano Ferreira de Sousa*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a meus amados pais, Ana Lucia e Paulo Eduardo, que sempre confiaram em mim e no meu potencial. Que, por acreditarem em minha capacidade e por serem pessoas especiais demais, estão ao meu lado em todas as decisões de minha vida. Muito obrigado sincero por me apoiarem nessa jornada na Pós-graduação e por virem superando as dificuldades de forma corajosa, me ajudando a ser sempre uma pessoa melhor.

Agradeço de maneira especial a minha irmã Maria Emilia, que tem papel fundamental em cada momento de minha vida, sejam eles fáceis ou extremamente difíceis. O seu apoio incondicional me dá forças, o seu amor e seu ombro amigo foram fundamentais para superar cada momento de incertezas e crises. Certamente, você é a tradução do que é o amor.

Do fundo do coração, também agradeço minha orientadora Maria Cristina Gobbi. Com ela, pude compreender o que é a pesquisa acadêmica de verdade. Pude aprender a lidar com as incertezas e com os receios. Com seu apoio, tive a liberdade de descobrir, aos poucos, o objeto de pesquisa que hoje me encanta e que, sem dúvida, estará presente na continuidade dos meus estudos. Obrigado, Cris, pelo apoio, pelos ensinamentos e, acima de tudo, por acreditar no meu potencial como aluno e pesquisador.

Agradeço aos meus familiares que torcem por mim de verdade. Obrigado por sempre me apoiar e por tentar entender esse árduo caminho de estudos, em busca de um sonho maior. Em especial, agradeço a minha Tia Cida (Dinha), que desde a infância esteve em todos os momentos comigo, me amando incondicionalmente e torcendo muito por mim. Agradeço muito a minha Madrinha Maria e meu Padrinho Donizete, que sempre estiveram ao meu lado, com palavras de apoio e não medindo esforços para me ajudar da maneira que podiam. Enfim, meu carinho especial e gratidão também para meus amados avós Anna e José Osório, que sempre me recebem com amor e um sorriso no rosto.

Agradeço aos “Lindos do Mestrado”, pesquisadores da nossa “Escola de Unesp”, que me fizeram ver que existe amor na Pós-graduação. Conhecer vocês no Mestrado talvez tenha sido uma das melhores surpresas dos últimos anos. Cada saída, cada debate, cada discussão, cada brincadeira foi importante para que pudéssemos crescer juntos e para que esses dois anos fossem mais agradáveis.

Obrigado pelos congressos, pelas trocas de experiências e por sempre estarem ao meu lado.

Obrigado a todos meus amigos, „unespianos“ ou não, que tornam felizes a minha vida, minha rotina de aprendizado e o meu dia-a-dia. „Valeu mesmo“, por estarem ao meu lado nos momentos de crise e por não desistirem de nossa amizade, mesmo com a ausência dos últimos tempos. Um agradecimento especial às minhas amigas Vivianne e Mayra, que me ajudaram a estudar para o Processo Seletivo e que me auxiliaram nesses anos de vida acadêmica. E para as queridas Janaina e Monique pela força decisiva na reta final da Dissertação.

Agradeço a CAPES por financiar essa pesquisa, acreditando no meu futuro como pesquisador e como professor universitário. Gratidão também ao corpo docente e funcionários do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) e do Departamento de Comunicação Social (DCSO) da Unesp, campus Bauru. Vários professores foram decisivos nesse processo de acúmulo de conhecimentos e auxiliaram para meu crescimento acadêmico e profissional.

Enfim, agradeço a Deus e a todos os amigos da espiritualidade, que me acompanham e me protegem; em especial a meus avós desencarnados Seraphim e Emília. Obrigado por me darem sabedoria, calma nas horas difíceis, cautela nos momentos de grande felicidade e por terem permitido que um dos meus sonhos se realizasse por meio da presente Dissertação.



SOUSA, Juliano Ferreira de. **Imagens das juventudes: uma mirada sobre o comportamento midiático-digital dos jovens de Bauru (SP)**. 2015. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Comunicação) – FAAC – UNESP, sob a orientação da Professora Adj. Maria Cristina Gobbi. Bauru, 2015.

## RESUMO

Entender o ciclo geracional é pensar a própria ideia de „juventude“. Mudanças nos paradigmas culturais e os comportamentos de vanguarda, em geral, ganharam impulso a partir dos grupos mais jovens. Nesse sentido, muito se fala sobre a existência de „juventudes digitais“, que fazem uso de aparatos midiático-digitais, estando notadamente imersa em contextos conectados. Esse grupo, dificilmente se liga com as mídias da mesma maneira que faziam seus pais ou avós e vem reconfigurando as práticas culturais e comunicativas. Nessa pesquisa, é proposto um estudo sobre quais são essas práticas comunicativas e digitais de jovens conectados, que residem na cidade de Bauru (SP). Também indagamos quais as relações estabelecidas e qual o intercâmbio midiático com as gerações anteriores que vêm sendo construídos. Para responder tais questões propomos aqui um estudo sobre a evolução dos conceitos de „geração“ e „juventude“, dando destaque especial à realidade da América Latina e as suas especificidades socioculturais. Como objeto de pesquisa da Dissertação, foram selecionados jovens com acesso à internet e às tecnologias digitais, residentes na cidade de Bauru (SP) e que tenham entre 15 e 29 anos, recorte proposto pelo “Estatuto da Juventude” (BRASIL, 2013). Aplicou-se um questionário online para o público escolhido, mesclando questões objetivas e subjetivas (com possibilidades de respostas abertas e fechadas, bem como perguntas de controle) para possibilitar as análises quantitativas e qualitativas. Foram criados tópicos de estudos específicos para facilitar a separação dos dados. Em seguida, verificamos se o perfil comunicativo-midiático constatado era o mesmo que o presente na bibliografia de apoio. Portanto, investigamos a viabilidade do emprego de termos como „Geração Internet“ e/ou „Geração Digital“ para aqueles jovens. Os conceitos de Geração e Juventude foram trabalhados a partir de Mannheim (1968), Ianni (1968), Foracchi (1972), Groppo (2000) e Abramo (2005). As relações entre as gerações e as mídias digitais, a partir de Tapscott (2010), Gobbi (2012), Palfrey e Gasser (2012). Contextos midiático-tecnológicos da juventude a partir de Jenkins (2009), além das contribuições de alguns autores latino-americanos. Esses jovens têm invertido as lógicas geracionais, ensinando os adultos a navegar nesse novo ambiente sócio-digital, e alterando as práticas culturais. A aplicação de termos como “juventude digital” e “Geração Internet” é possível, pensando na atual lógica midiática e nos perfis constatados a partir da aplicação do questionário. A juventude tecnológica-digital, focada no consumo da internet e no uso de dispositivos móveis, reforça o que Jenkins (2009) chama de “cultura participativa”, valorizando os ambientes interativos.

**Palavras-chave:** Comunicação, Juventude, Processos Midiáticos, Mídias Digitais.

## ABSTRACT

Understanding the generational cycle is to think the very idea of youth'. Changes in cultural paradigms and behaviors of vanguard, have, generally, gained a boost originated among the youngsters. Concerning to this matter, much is said about the existence of a 'digital youth', which makes use of digital-media devices, and is especially inserted in connected contexts. This group, hardly binds to the media the same way their parents or their grandparents did, and keeps on reconfiguring the cultural and communicative practices. This research aims to propose a study of what these communication and digital practices of young connected people, which inhabit in the city of Bauru (SP). Likewise, we also inquire about the established relationships and what is the kind of media exchange with previous generations have been built. To answer these questions, we here propose a study on the evolution concerning the concepts of 'generation' and 'youth', giving particular attention to the reality in Latin America and its socio and cultural specificities. As a research subject in the matter of MastersDissertation, youngsters were selected among those with access to internet and digital technology, residents in the city of Bauru (SP), between 15 and 29 years-old, a profile proposed by the "Statute of Youth" (BRAZIL, 2013). A questionnaire for the chosen audience had been given to them, and applied online, mixing objective and subjective questions (with possible open and closed answers and control questions) to enable the quantitative and qualitative analyzes. Topics have been created for specific studies, in order to facilitate the separation of the data. Then we have checked if the communication-media profile found was the same as thatones presented in the bibliography support. Therefore, we investigated the feasibility of the employment of terms such as 'Internet Generation' and / or 'Digital Generation' for those youngsters. The concepts of Generation and Youth have been approached by Mannheim (1968), Ianni (1968), Foracchi (1972), Groppo (2000) and Abramo (2005). Relations between generations and digital media, by Tapscott (2010), Gobbi (2012), Palfrey and Gasser (2012). Media-technological contexts youth by Jenkins (2009), in addition to contributions from some Latin American authors. These young people have inverted generational logic, teaching adults to navigate in this new socio-digital environment, and have changed cultural practices. The usage of terms such as "Digital youth" and "Internet Generation" is yet possible, considering the current media logic and profiles observed from the questionnaire. The technology-digital youth, focused on the consumption of the Internet and the usage of mobile devices reinforces what Jenkins (2009) calls "participatory culture", valuing interactive environments.

**Keywords:** Communication, Youth, Media Processes, Digital Media.

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO .....	4
2.	GERAÇÕES E JUVENTUDES .....	10
2.1	O conceito de „Gerações“ nas pesquisas sociais.....	10
2.2	Juventudes: divergências nos estudos e as primeiras pesquisas no país.....	18
2.3	Juventudes no Brasil contemporâneo e os aspectos legais .....	25
3.	JUVENTUDES DIGITAIS: COMUNICAÇÃO CONECTADA.....	33
3.1	Juventudes e os meios de comunicação .....	33
3.2	Nativos ou Imigrantes Digitais? .....	38
3.3	Redes Juvenis de Comunicação .....	47
4.	DESCRIÇÃO DA PESQUISA.....	59
4.1	Apresentação de questões metodológicas .....	59
4.2	Breve introdução sobre a cidade de Bauru (SP) .....	61
4.3	Questionário: da formulação à aplicação .....	64
5.	UMA MIRADA SOBRE AS JUVENTUDES E OS COMPORTAMENTOS MIDIÁTICO-DIGITAIS .....	68
5.1	Descrição do público da pesquisa .....	69
5.1.1	<i>Sexo, Cor/Raça e Faixas etárias</i> .....	70
5.1.2	<i>Questões educacionais e trabalhistas</i> .....	74
5.1.3	<i>Questões sobre família e renda</i> .....	80
5.1.4	<i>Considerações sobre os jovens respondentes</i> .....	84
5.2	A juventude, os jovens e suas perspectivas .....	85
5.2.1	<i>Afinal, o que é ser jovem?</i> .....	86
5.2.2	<i>Sociabilidades: perspectivas juvenis, preocupações e comportamentos</i> .....	90
5.3	Jovens bauruenses: comportamentos midiático-digitais e sociabilidades .....	99
5.3.1	<i>Frequência de uso dos diversos meios, veículos ou mídias</i> .....	99
5.3.2	<i>Principais mídias e os tipos de usos mais frequentes</i> .....	109
5.3.3	<i>Internet: jovens, usos e sociabilidades</i> .....	116
5.3.4	<i>As gerações, os jovens e as questões midiático-digitais</i> .....	126
	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	133
	REFERÊNCIAS .....	138
	APÊNDICE I.....	142
	Questionário Aplicado .....	142

## ÍNDICE DE QUADROS DEMONSTRATIVOS

Quadro Demonstrativo 1 - Influência da classe social nas práticas online .....	46
Quadro Demonstrativo 2 - Atividades online da Juventude Conectada .....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Jovens que criam conteúdos digitais .....	52
Figura 2 - Pirâmide Etária Oficial de Bauru (SP) - IBGE (2010) .....	62

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Atividades de Lazer por Faixa Etária.....	93
Tabela 2 - Problemas sociais que mais incomodam os jovens, por faixas etárias.....	95
Tabela 3 - Frequência de Uso dos Meios, Veículos ou Mídias - de 15 a 18 anos .....	102
Tabela 4 - Frequência de Uso dos Meios, Veículos ou Mídias - de 19 a 24 anos .....	104
Tabela 5 - Frequência de Uso dos Meios, Veículos ou Mídias – 25 a 29 anos.....	107
Tabela 6 - Aparelhos de acesso à internet e às redes sociais, por faixa etária .....	117
Tabela 7 - Atividades paralelas ao uso da internet, por faixas etárias.....	120
Tabela 8 - Índices de maior interação online, por faixas etárias .....	122
Tabela 9 - Temas que preocupam os jovens e que são comentados e compartilhados com a família e amigos, pela internet e pelas redes sociais online .....	125

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Acesso à Internet por faixa etária em 2011 .....	42
Gráfico 2 - Acesso à internet dos estudantes em 2005 e 2011 .....	43
Gráfico 3 - Uso de equipamentos de acesso à internet.....	45
Gráfico 4 - Respostas por Faixa Etária .....	70
Gráfico 5 - Sexo por Faixa Etária .....	71
Gráfico 6 - Cor / Raça por Faixa Etária .....	73
Gráfico 7 - Grau de escolaridade por Faixa Etária .....	75
Gráfico 8 - Estudantes por Faixa Etária .....	77
Gráfico 9 - Empregados por Faixa Etária .....	78
Gráfico 10 - Local onde passou a infância, por faixa etária .....	80
Gráfico 11 - Renda familiar na infância, por faixa etária.....	81
Gráfico 12 - Renda média familiar/pessoal, por faixa etária .....	82

Gráfico 13 - Com quem mora, por faixa etária .....	83
Gráfico 14 - Respondentes que se consideram jovens, por faixa etária .....	88
Gráfico 15 - Perspectivas Profissionais e Acadêmicas, em 5 anos .....	91
Gráfico 16 - Como os jovens podem ajudar a melhorar o Brasil .....	97
Gráfico 17 - Frequência do uso de mídias, na faixa etária de 15 a 18 anos .....	101
Gráfico 18 - Frequência do uso de mídias, na faixa etária de 19 a 24 anos .....	105
Gráfico 19 - Frequência do uso de mídias, na faixa etária de 25 a 29 anos .....	108
Gráfico 20 - Meios, veículos ou mídias mais importantes, por faixa etária .....	109
Gráfico 21 - Uso da mídia considerada mais importante, por faixa etária.....	112
Gráfico 22 - Utilizam mais de um meio, veículo ou mídia, por faixa etária.....	114
Gráfico 23 - Principal local de acesso à internet e às redes sociais, por faixa etária .....	118
Gráfico 24 - Pais ou membros da família que já solicitaram a ajuda dos respondentes, por faixa etária .....	127
Gráfico 25 - Influência das mídias e dos meios digitais no modo de viver e interagir dos jovens, por faixas etárias .....	129
Gráfico 26 - Nativos Digitais versus Imigrantes Digitais, por faixa etária .....	131

## 1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico traz consigo alterações nos mais diversos campos da vida em sociedade. Nota-se, assim, que alguns comportamentos, que estiveram presentes na utilização das mídias em décadas anteriores, têm sofrido mudanças e começam a perder força nas camadas mais jovens; principalmente a partir do fortalecimento da internet como ferramenta cotidiana. Os jovens digitais criam uma vanguarda, que vem transformando as relações entre comunicação, produção/recepção e uso/consumo de bens midiático-culturais. Os meios analógicos, como o rádio e a televisão, demandavam um comportamento de passividade e de recepção propriamente dita.

Hoje, a realidade das „redes conectadas“ altera esse panorama, principalmente quando observamos a “cultura participativa” alimentada por esses jovens (JENKINS, 2008). Esse comportamento é demonstrado tanto ao interagir com as mídias – comentar, reclamar, curtir, compartilhar em tempo real – quanto ao conversar com seus pares ou produzir conteúdos nos mais diversos espaços online ou digitais.

O *Youtube*, as mídias sociais, as redes de compartilhamentos, os blogs, os aplicativos e sites se fixam como canais de comunicação importantes, criando uma relação inovadora. Hoje, são os inúmeros bloggers, produtores de vídeos independentes, difusores de *memes*<sup>1</sup> e produtores de diversos conteúdos que vem ganhando destaque. O jovem, sem perceber, está cada vez mais tecnológico. Para citar alguns exemplos, o telefonema (ou SMS) está cada vez mais raro na era do *Whatsapp*; até mesmo o *Orkut* ficou „arcaico“, „lento“ e acabou abandonado. Hoje, muitas amizades e relacionamentos começam a partir desse mundo „virtual“ e esses cenários têm se tornado “mesas de debates” para temas diversos, como políticos, ideológicos, religiosos, econômicos, entre outros.

Pensando nesse contexto, essa familiaridade com o uso das tecnologias digitais é mais observada em segmentos mais jovens da população. Essa é uma parcela dos jovens brasileiros que cresceram acompanhando o desenvolvimento da informática e o fortalecimento da internet ou que assimilaram fortemente essas tendências no fim da adolescência ou no início da vida “adulta”. Com o passar dos

---

<sup>1</sup> Trata-se de uma imagem, vídeo ou frase bem-humorada que se espalha na internet como um „vírus“. Disponível no site: <http://super.abril.com.br/multimedia/memes-682294.shtml>

anos, essas tecnologias foram ganhando espaço não só entre as elites financeiras, mas também nas camadas médias da sociedade e isso refletiu claramente no comportamento dessas juventudes. É sobre esse jovem e seu consumo digital que vamos tratar nessa Dissertação. O foco central das análises é nesse segmento que faz uso das mídias digitais. Investigamos a essência de expressões como “Geração Internet<sup>2</sup>”, “juventude conectada”, “Geração Y”, “juventude digital”, etc. Mirando em uma parte dos jovens da cidade de Bauru (SP), observamos os contextos culturais, comunicativos e tecnológicos, e amparamos as análises conjuntamente com os dados midiático-digitais obtidos por meio de pesquisa teórica e empírica.

Um dos desafios foi o de entender a questão geracional e o que está sendo definido como „juventudes“. Para isso, partimos do estudo do termo „gerações“, buscando suas origens, seus possíveis entendimentos, para, posteriormente verificar se esse ambiente tecnológico-digital tem organizado e/ou determinado um ou mais recortes geracionais. Igualmente, em uma revisão teórica resgatamos o termo „juventudes“; tanto a partir do olhar de autores do tema quanto das próprias leis brasileiras, como o Estatuto da Criança e Adolescente e o Estatuto da Juventude. Alguns dos autores revisitados nesse processo foram Mannheim (1968), Ianni (1968), Foracchi (1972), Groppo (2000), Bourdieu (2004), Abramo (2005), Weller (2010), Feixa e Leccardi (2010), Gobbi (2012), entre outros.

Em seguida, descrevemos as práticas desse jovem que vive imerso em uma realidade tecnológica, buscando entender seu comportamento e suas características; e analisando-o sob a ótica das mídias digitais, das interações e dos novos arranjos midiático-culturais. As relações entre as gerações e as mídias digitais serão trabalhadas a partir de Tapscott (1999; 2010), Gobbi (2012), Palfrey e Gasser (2012), além de dados da pesquisa “Juventude Conectada Brasil” (2014).

Muito se fala sobre os chamados „jovens digitais“, que ficam horas na internet, não apenas em seus computadores ou notebooks, mas nos *tablets*, *Smartphones* e até na TV. Eles já não assistem à televisão da mesma maneira que faziam seus pais ou avós. Enquanto acompanham a programação, também curtem e compartilham informações pelo *Facebook* ou *Twitter*, interagem com amigos e com vários grupos no *Whatsapp*, analisam as fotos postadas no *Snapchat* e no *Instagram*, leem os e-mails enviados pelos professores da escola ou faculdade, além

---

<sup>2</sup> Do norte-americano Don Tapscott (2010).

de buscarem informações adicionais no *Google* ou em vídeos do *Youtube*. Mas, afinal, quem é esse jovem? A que „geração” ou „gerações” pertencem? Essas questões também nos instigam nessa pesquisa e são aspectos assim que buscamos contemplar nessa Dissertação.

Antes de prosseguirmos, é importante ressaltar que nem todos os jovens brasileiros fazem parte da chamada „juventude digital”. Sabemos e consideramos as diversas barreiras econômicas e sociais, geográficas e de acesso, que existem em nosso país. Justamente por esse motivo, buscamos refletir sobre os significados dos termos „gerações” e „juventudes”, evitando generalizações. O que ficou evidente nas incursões da pesquisa é que não existe uma juventude singular, homogênea e determinada. Há um complexo conjunto de “juventudes”, plural, heterogêneo e em constantes modificações. Por isso, todas as vezes que trabalharmos o conceito e discussões sobre o tema, traremos a palavra no plural “juventudes”, e não apenas “juventude”<sup>3</sup>.

Para entender a multiplicidade de contextos e de culturas, a pesquisa buscou verificar o comportamento midiático-digital de jovens residentes em Bauru (SP). Analisamos os dados oriundos do questionário, desenvolvido a partir do referencial teórico levantado, buscando mapear as práticas de uso, de consumo e as interações estabelecidas; a partir dos contextos tecnológico-digitais, a que parte considerável dessas juventudes está exposta. Para isso, partimos da hipótese de que os jovens, hoje, têm nas tecnologias digitais, especialmente a internet e os dispositivos móveis, as principais mídias utilizadas no processo de comunicação. Buscam espaços midiático-digitais em que possam interagir e consumir grandes fluxos de informações.

É importante ressaltar que, além do mapeamento proposto, também utilizamos o referencial teórico e o questionário para conhecer as sociabilidades, práticas, costumes e interações [sejam no mundo online ou em grupos sociais tradicionais]. Sendo assim, buscamos uma análise baseada no entendimento mais

---

<sup>3</sup>Por uma opção dos pesquisadores, construída a partir do referencial teórico desta investigação, utilizamos ao longo do texto o termo “juventudes” no plural, significando grupos sociais e o conceito, ideia, posicionamento específico de que não existe uma juventude homogênea, padronizada em comportamentos, que justificasse nesta pesquisa a utilização apenas no singular [e sim várias juventudes diferentes (GOBBI, 2012)]. Importante frisar que somente utilizamos o termo “juventude” no singular no sentido de “fase da vida”, em oposição à velhice [ideia de ser novo, com pouca idade] – e, evidentemente, quando as citações dos autores referenciados assim fizerem.



geral sobre quem é esse jovem e de que forma as tecnologias midiático-digitais interferem e modificam [ou não] as rotinas e perspectivas culturais.

Como corpus para a análise qualitativa dos dados empíricos do estudo, escolhemos jovens que utilizam a internet e interagem no espaço digital. Para isso, o questionário foi aplicado via plataforma online (Google Formulários) e divulgado majoritariamente em mídias sociais, por meio de grupos de jovens no *Whatsapp* e, principalmente, em grupos juvenis no *Facebook* da cidade de Bauru. Porém, é importante ressaltar que divulgação oral e por meio de cartazes também foi realizada em locais de concentrações juvenis, como escolas e o campus da Unesp de Bauru, objetivando a diversificação dos jovens participantes.

A opção pela disponibilização online do questionário vem ao encontro do perfil de juventudes que essa pesquisa buscou delinear. Ficou evidente pela revisão teórica e pela sistematização dos dados que mudanças no consumo das mídias causam alguns conflitos geracionais, devido ao fato de as gerações anteriores não terem crescido ou se apropriado tão rapidamente em ambientes com tanto destaque para os meios tecnológico-digitais como acontece agora. A amplitude de interações possíveis em um mesmo dispositivo que pode reunir várias mídias, além de ser uma plataforma de diálogo com amigos, parentes, cônjuges, etc. evidencia uma significativa ampliação dos processos comunicativos. Assim, assimilar essas mudanças não é algo simples para quem sempre viveu em um ambiente analógico, sem tantas facilidades para o processo de comunicação, como as gerações anteriores.

As juventudes, adaptadas a era digital, caracterizam-se por ter um comportamento diferente das gerações anteriores. A assimilação das tecnologias digitais é muito mais rápida, os conhecimentos de ferramentas que auxiliam o processo comunicativo e o próprio consumo de bens culturais online ampliaram-se de maneira evidente. A interatividade é realidade; a necessidade de participar ativamente do processo de produção e de difusão, cada vez mais, ganha espaço.

Por esses contextos serem importantes para os estudos na área de Comunicação, analisamos quais são os padrões de uso e de consumo midiático de jovens da cidade de Bauru (SP). Estudamos de que forma são feitas interações no espaço digital e social e, a partir disso, buscou-se entender de que maneira esses jovens se identificam com todo esse panorama digital. Para atingirmos os objetivos, investigamos os dispositivos, o acesso, o uso, os comportamentos e sociabilidades

desses grupos. Buscou-se, amparo nas teorias referenciadas e nos aportes dos autores, definições e conceitos que retratam as práticas desse público.

Como propomos um olhar dessas juventudes de Bauru (SP), buscamos um ponto de respaldo para a escolha da faixa etária que foi estudada. Os limites etários escolhidos para a nossa pesquisa estão diretamente relacionados à própria ideia regulamentada pelo Estado. Selecionamos como corpus de análise os jovens na faixa etária de 15 a 29 anos, limite estabelecido pelo Estatuto da Juventude<sup>4</sup> (2013) – além de ser a faixa etária média (nascida do final dos anos 1980 ao início dos anos 2000) que tem a sua infância e adolescência concomitante ao surgimento e o gradual fortalecimento das tecnologias digitais e da internet no país.

Após a Introdução às temáticas e ao objeto da pesquisa, surge a necessidade de explicitar o caminho que percorreremos ao longo do texto dessa Dissertação, para responder a questão central da pesquisa, que lança um olhar sobre o comportamento midiático-digital desses jovens, e para atingir os objetivos, que pretendem entender de que maneira esses comportamentos estão relacionados com suas rotinas e sociabilidades.

Assim, o Capítulo 2 foi redigido a partir da revisão de literatura sobre os conceitos „gerações” e „juventudes”. Retomamos as discussões históricas e sociológicas sobre essas nomenclaturas. Falamos da questão geracional e das práticas típicas dos grupos mais jovens. Também estudamos o histórico das pesquisas sobre juventudes em nosso país, estabelecendo uma relação desse contexto com a criação de legislações específicas como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e do Estatuto da Juventude (EJ).

No Capítulo 3, tratando especificamente das relações entre as gerações e o uso de mídias, trouxemos a proposta de divisão geracional apresentada por Tapscott (1999; 2010). Nela, são enumeradas as gerações e suas conexões com as diversas mídias; dando destaque especial para as juventudes digitais, e suas práticas midiático-digitais. Dados estatísticos sobre conexão de internet e uso de mídias digitais foram apresentados e algumas práticas recorrentes entre os “jovens conectados” foram discutidas.

No Capítulo 4, fizemos um panorama juvenil da cidade de Bauru (SP), cidade base de nosso objeto de estudo. Em seguida, construímos um detalhamento

---

<sup>4</sup> Estatuto da Juventude (2013): [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm), acesso em fevereiro 2015.

da metodologia aplicada [incluindo o planejamento, aplicação e técnicas de análise para o questionário de verificação] e, evidentemente, uma breve explanação sobre as características dos jovens entrevistados. Por fim, foram explicitados os dados empíricos coletados e, em seguida, analisamos esses panoramas sob a luz das teorias resgatadas por essa Dissertação.

Assim, ficou evidente que há um diversificado perfil de jovens conectados entre os participantes da pesquisa. São, em sua grande maioria, otimistas, acreditam em mudanças e no futuro. Também definem que as tecnologias são ferramentas comunicativas incorporadas em seus cotidianos. A partir de agora, faremos o desenvolvimento de cada uma das etapas propostas.

## 2. GERAÇÕES E JUVENTUDES

### 2.1 O conceito de „Gerações“ nas pesquisas sociais

As mudanças nos padrões comportamentais e nos hábitos de consumo de grupos sociais, observados ao longo da história e mostrados em pesquisas de diversas áreas do conhecimento, instigam o estudo pela própria essência do termo „gerações“. Observando-se as várias facetas do próprio conceito, nota-se que a ideia está ligada não só a questão da sucessão temporal dos grupos humanos, mas também à existência de modos de vida, ações e pensamentos semelhantes próprios de um período histórico.

As relações, em algumas vezes, conflituosas entre pessoas de idades diferentes, que coexistem em um mesmo recorte temporal, impulsionaram uma série de outras nomenclaturas que direta ou indiretamente estão ligadas a ideia de gerações. Os termos juventude, vida adulta, velhice e transição geracional são ideias que surgem na Sociologia e na Psicologia com o intuito de entender as interações sociais, que são construídas e modificadas com o decorrer do tempo (FORACCHI, 1972).

Dentro desse contexto, muito se debate sobre o papel fundamental das juventudes na consolidação e na melhor aplicabilidade do termo „gerações“. Para Feixa e Lecardi, ainda hoje “[...] o conceito de geração [continua sendo] um tema relevante nas ciências (...). Como metáfora para a construção do tempo, tem sido uma das categorias mais influentes não só no debate teórico, mas também no impacto público das pesquisas sobre juventude” (FEIXA; LECARDI, 2010, p. 185).

Karl Mannheim (1982)<sup>5</sup>, no começo do século XX, foi o precursor dos estudos modernos sobre os conflitos geracionais, frisando sempre a importância de se estabelecer métodos científicos nas pesquisas sobre o tema, evidenciando sua relevância no campo das Ciências Sociais e Humanas. É a partir desse momento que se fortalecem os debates sobre juventudes e sobre os choques entre gerações diferentes.

---

<sup>5</sup> Utilizada a tradução do artigo original publicado. MANNHEIM, Karl. O problema sociológico das Gerações, *In*: FORACCHI, Marialice M. **Col. Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 1982, pp. 67-96

O problema das gerações é importante o suficiente para ser seriamente considerado. Ele é um dos guias indispensáveis à compreensão da estrutura dos movimentos sociais e intelectuais. Sua importância prática torna-se evidente logo que se tenta obter uma compreensão mais exata do ritmo de mudança social característico de nossa época. Seria lamentável se métodos extracientíficos obscurecessem permanentemente os elementos do problema passíveis de investigação imediata (MANNHEIM, 1982, p.67)

Motta e Weller (2010) defendem a divisão das pesquisas sobre „gerações“, produzidas ao longo das décadas, em dois grupos de investigação, que representam correntes de estudos sociais diferentes. Para eles, o primeiro eixo está ligado à leitura tradicional da Antropologia, que faz a separação em grupos específicos e categorias de idade, pensando na sucessão etária e na genealogia. Baseiam-se no aspecto cultural, tendo uma “função classificatória” nas posições familiares e na organização social.

Mais recentemente, as pesquisas estão mais relacionadas à Sociologia e às questões políticas. Estão no centro dos debates as conexões estabelecidas entre as gerações, as trocas de experiências (inclusive os hábitos, como o consumo de mídias) e, evidentemente, as relações de poder, tanto dentro do ambiente familiar como nos costumes da sociedade como um todo. As políticas públicas necessárias para cada recorte geracional, o uso de potencialidades tecnológicas e o debate sobre a “equidade entre as gerações” (MOTTA; WELLER, 2010, p. 176) tem despertado um grande interesse em pesquisadores de diversas áreas e em agentes do poder público.

Uma geração convive com a outra, criando uma lógica de complementaridade e de conflito. Para refletirmos sobre a ideia de „gerações“, partiremos aqui de uma explanação objetiva sobre a convergência das tradicionais questões etárias (biológicas, parentais e de sucessão familiar) com as correntes políticas-sociológicas, mais comumente difundidas hoje na mídia e investigadas por diversos campos do conhecimento. Portanto, buscaremos passar, mesmo que de maneira breve, por debates das duas correntes trabalhadas anteriormente (MOTTA; WELLER, 2010).

No artigo “O conceito de geração nas teorias sobre juventude”, Feixa e Leccardi (2010) fazem uma reflexão sobre a importância de se entender o aspecto histórico das pesquisas relacionadas ao tema, na busca da construção de um

conceito mais completo e preciso; categorizando três momentos—os anos 1920 (início das discussões sobre o tema), os anos 1960 (contracultura e protestos de rua das juventudes) e, por fim, os anos 1990 (afirmação das novas tecnologias e a construção de redes online) - que foram períodos importantes para as discussões sobre a temática. Cada uma dessas fases da pesquisa sociológica sobre as gerações estiveram relacionadas com os principais debates de sua época e, evidentemente, com o próprio momento histórico, social e tecnológico (GROPPO, 2010).

Durante os anos 1920, no período entreguerras, as bases filosóficas são formuladas em torno da noção de "revezamento geracional" (sucessão e coexistência de gerações), existindo um consenso geral sobre este aspecto [Ortega y Gasset, 1923; Mannheim, 1928]. Durante os anos 1960, na época do protesto, uma teoria em torno da noção de "problema geracional" (e conflito geracional) é fundamentada sobre a teoria do conflito [Feuer, 1968; Mendel 1969]. A partir de meados dos anos 1990, com a emergência da sociedade em rede, surge uma nova teoria em torno da noção de "sobreposição geracional". Isto corresponde à situação em que os jovens são mais habilidosos do que as gerações anteriores em um centro de inovação para a sociedade: a tecnologia digital [Tapscott 1998; Chisholm, 2005] (FEIXA; LECCARDI, 2010, p.185).

Porém, sabe-se que essas discussões sobre a questão geracional não surgem apenas no século XX, tendo ainda no século XIX duas importantes linhas teóricas que trataram o assunto. Para os positivistas, em especial para Augusto Comte, as gerações eram explicadas de forma quantitativa, mais linear e biológica, em que se levava em conta, principalmente, a renovação geracional (saída de velhas para a chegada de novas gerações). Para Comte, essa renovação aconteceria a cada período de 30 anos, tempo necessário para que houvesse uma substituição geracional completa na vida pública. Trazia tal conceito mostrando que as novas gerações são responsáveis pela continuidade do progresso, sem desvalorizar a importância das gerações anteriores (WELLER, 2010)<sup>6</sup>.

Já para Dilthey e as teorias ligadas ao pensamento histórico-social da juventude (que, posteriormente, vão ter especial destaque na obra de Mannheim) vão trazer uma abordagem qualitativa do objeto, rejeitando, assim, a análise positivista. A questão geracional seria definida pela contemporaneidade, por

---

<sup>6</sup> O texto "A atualidade do Conceito de Gerações de Karl Mannheim", de Wivian Weller (2010), é parte de um Dossiê sobre pesquisas científicas em Geração e Juventude feito pela Revista Sociedade e Estado, n25, v2, 2010, em que se revisa a obra do autor (que em 1928 cria o que se considera a base das teorias sobre Gerações).

peças que viveram influências em comum, por meio de experiências diversas e conhecimentos compartilhados em certo período. Portanto, não seria ligada a uma quantidade de anos exata (ou a sucessão deles) e sim aos aspectos históricos, sociais e tecnológicos vividos por um determinado grupo, em um determinado tempo (WELLER, 2010).

A pesquisadora brasileira Weller<sup>7</sup> (2010) defende que a visão positivista de Comte e a histórico-romântica sobre a juventude de Dilthey, ambas formuladas no século XIX, embora trouxessem diferentes crenças e abordagens, são as teorias que auxiliaram Karl Mannheim, em 1928, a criar uma teoria que tratasse do “conflito entre as gerações”. Tendo essas visões como “pano de fundo”, o início do século XX traz consigo um importante momento para as pesquisas sobre a temática, buscando compreender o conceito de geração por meio de análises sociais e observações da população europeia. Partiremos de alguns conceitos trabalhados nessa época, para, posteriormente, discutirmos o período atual em que as gerações e juventudes voltam a pautar debates acadêmicos e sociais, principalmente sob a ótica do uso das novas tecnologias.

Mannheim (1982) apresenta o estudo das gerações como um processo dinâmico, que não é só limitado a uma questão biológica-temporal, mas que deve ser analisado tanto no aspecto histórico-social quanto levando em conta as individualidades em uma dita „geração“. Não se desvincula o período de nascimento das experiências sociais. Aponta que as estruturas biológicas – e a sucessão temporal - estão relacionadas com a maneira que o jovem interfere dentro do processo histórico, as condições que ele tem de viver de maneira semelhante aos seus pares, as possibilidades e as potencialidades de ocorrer experiências comuns em indivíduos que nasceram em espaços temporais semelhantes<sup>8</sup>.

Para participar de uma mesma situação de geração, isto é, para que seja possível a submissão passiva e o uso ativo das vantagens e privilégios inerentes a uma situação de geração, é preciso nascer dentro da mesma região histórica e cultural. A geração enquanto realidade, todavia, envolve ainda mais do que mera co-presença em

---

<sup>7</sup> Reflexão ampliada também a partir da leitura do Dossiê citado [Dossiê sobre pesquisas científicas em Geração e Juventude feito pela Revista Sociedade e Estado, n25, v2, 2010] na nota anterior, em que são frisadas as influências de Comte (positivismo) e de Dilthey (historicismo-social) na obra de Mannheim, especialmente no artigo histórico “O problema sociológico das gerações”. Foram utilizados “O conceito de geração nas teorias sobre juventude” (FEIXA, LECCARDI, 2010), “Apresentação: a atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica” (MOTTA, WELLER, 2010) e o já citado “A atualidade do Conceito de Gerações de Karl Mannheim” (WELLER, 2010).

<sup>8</sup> Ideia também explicada de maneira simplificada por Weller (2010).

uma tal região histórica e cultural. Um nexos mais concreto é necessário para que a geração se constitua como realidade. Esse nexos adicional pode ser a participação no destino comum dessa unidade histórica e social (MANNHEIM, 1982, p. 85-86)

Para se constituir uma determinada geração, nesse contexto, não é necessário que os membros formem “grupos sociais concretos<sup>9</sup>”, como a família, a tribo, os grupos da igreja. Utilizando a comparação com a lógica das classes sociais, Mannheim (1982) afirma que a questão de posição geracional não está diretamente relacionada com o convívio entre as pessoas, sendo seus membros casualmente pertencentes a ela, sem ter pleno conhecimento ou consciência que estão nesse processo de pertencimento. Os cidadãos participam da geração pelas suas atitudes, pelas possibilidades de compartilhamento e semelhanças de experiências vividas em um mesmo momento histórico-temporal (FORACCHI, 1972).

Um contraponto à visão adotada por Mannheim (1982) e seus seguidores é colocado nas objeções feitas por Walter Jaide<sup>10</sup> (1968) a esse contexto. Ele questiona o método utilizado nessa visão tradicional. Para o autor, não se deve categorizar grupos a partir da ideia de posição/pertencimento geracional. Para Jaide, seria um erro pensar na ideia de vinculação a um determinado período histórico como potencialidade de se criar uma unidade geracional. Assim, não sendo válida a ideia de Mannheim (1982) de que as vivências comuns de um grupo de idade, em uma dada sociedade, constituem uma geração.

Para Jaide (1968), essa não é a melhor forma de se analisar o contexto geracional, pois se deve levar em conta a multiplicidade social e os diversos estilos de vida existentes, de maneira independente (JAIDE, 1968; GROppo, 2010). Ampliando essa reflexão, Maia (2010), baseado nas teorias de Walter Jaide (1968), evidencia a importância de não criarmos generalizações no processo de conceituação, que excluam as particularidades comportamentais e de classe.

Muitas vezes, as informações que dispomos para generalizações ou elaborações de uma tipologia já nos chegam como um recorte pré-definido, cujos critérios não temos acesso. Com efeito, as características das “gerações barulhentas” terminariam se sobrepondo às “gerações silenciosas” (JAIDE, 1968 p.19), o que

---

<sup>9</sup>Para Mannheim (1982), os grupos sociais concretos são: “[...] organizações com objetivos específicos (...). A geração não é um grupo concreto no sentido de comunidade, isto é, um grupo que não pode existir sem seus membros terem conhecimento concretos uns dos outros (...) e conscientemente desejados” (MANNHEIM, 1982, p. 69).

<sup>10</sup>JAIDE, Walter. As ambiguidades do conceito de geração. In: BRITTO, Sulamita (org.). Sociologia da Juventude, vol III, Rio de Janeiro, Zahar, 1968, pp. 16-30.



implicaria um equívoco maior que simplesmente tomar o todo pela parte, qual seja, tomar o todo por uma versão sobre uma parte. Nessa linha de pensamento, o foco da pesquisa contemporânea migrou do estertor de rotular todos os jovens de uma geração, para o estudo das formas de trocas simbólicas que se estabelecem entre os diversos grupos (MAIA, 2010, p.50)

Assim como também faz Groppo (2010) em seu livro “Juventude: ensaios sobre Sociologia e História das Juventudes Modernas”, nós levaremos em conta, nessa pesquisa, alguns indícios das ideias apresentadas por Walter Jaide (1968). Realmente, perceber os múltiplos olhares que podem estar no entorno da categorização de termos como „gerações” e „juventudes” e considerar que existem diversos tipos de culturas juvenis em uma mesma época é prudente para que não façamos generalizações falsas, principalmente quando trabalhamos o uso e consumo de tecnologias digitais.

As transições de uma geração para outra são feitas por agentes intermediários em um processo contínuo de socialização, trocas e coexistência geracionais. Por este motivo, Mannheim (1982) aponta que existem cinco características que evidenciam que nossa sociedade é marcada por mudanças geracionais e não é uma sociedade utópica (em que se teria uma única geração, com a perpetuação dos mesmos costumes).

A nossa [sociedade] tem as seguintes características: a) novos participantes do processo cultural estão surgindo, enquanto; b) antigos participantes daquele processo estão continuamente desaparecendo; c) os membros de qualquer uma das gerações apenas podem participar de uma seção temporalmente limitada do processo histórico; d) é necessário, portanto, transmitir continuamente a herança cultural acumulada; e) a transição de uma geração para outra é um processo contínuo (MANNHEIM, 1982, p.74).

A ideia de „geração” é algo fluido, profundamente ligado à interação. Nesse sentido, mesmo que os membros de uma mesma geração tenham comportamentos e práticas coletivas (reais ou virtuais) semelhantes, eles podem ter perspectivas, oportunidades, posições político-econômicas diferentes entre si. Isso não descaracteriza a geração em si, apenas constrói diferentes „unidades geracionais” dentro de um determinado recorte, como categoriza Mannheim (1982) em sua obra (WELLER, 2010 apud MANNHEIM, 1968)

A juventude romântico-conservadora e o grupo liberal-racionalista pertencem a mesma geração real, mas formam, dentro dela, „unidades de geração” distintas. A unidade de geração representa um vínculo muito mais concreto que a geração real enquanto tal. Pode-se dizer que os jovens que experienciam os mesmos problemas históricos concretos fazem parte de uma mesma geração real; enquanto aqueles grupos dentro da mesma geração real, que elaboram o material de suas experiências comuns através de diferentes modos específicos, constituem „unidades de geração separadas (MANNHEIM, 1982, p. 87)

Ser membro de uma geração, portanto, não é fazer parte de uma categoria social em que todos são exatamente iguais, com comportamentos padronizados e perspectivas de mundo totalmente semelhantes. Essa ideia é mais complexa, pois o que estamos tratando como geração aqui são padrões gerais etários e potencialidades de compartilhar experiências.

Percebe-se que é possível se falar de „gerações” a partir não só da cronologia de nascimentos de um conjunto de pessoas, mas também a partir da predisposição que um grupo tem de compartilhar experiências históricas e pessoais ou de estarem expostos a um mesmo período político e tecnológico (mesmo que em realidades econômico-sociais bem diferentes). Isso, sem dúvida, vai fazer com que cada grupo social, dentro de sua “geração<sup>11</sup>”, viva algumas práticas culturais distintas na mesma época, sem descaracterizar, porém, o que entendemos aqui como geração.

Por exemplo, em uma sociedade, devido às diferenças de cunho social, econômico e/ou cultural, as práticas coletivas do uso de “novas mídias” podem ser muito diferentes entre si; mas isso não exclui o fato histórico de essas mídias estarem em expansão nesse recorte temporal – inclusive em direção às camadas sociais de menos acesso. É isso que explica o fato de Tapscott (2010), que será trabalhado mais detalhadamente em tópico posterior, utilizar nomenclaturas como “Geração Net” ou “Geração Internet” para categorizar os jovens – de diversas realidades sociais – que crescem em uma época de expansão dessa tecnologia digital na sociedade norte-americana. Configurando, assim, uma determinada geração.

Essas juventudes têm papel fundamental na sucessão geracional. Pois, estão nesse grupo os processos de renovação /continuidade nos âmbitos culturais,

---

<sup>11</sup> No sentido defendido por Mannheim (1982).

sociais e de consumo, sendo eles para Mannheim (1982), “agentes revitalizadores”<sup>12</sup> (GROPPO, 2010). São membros ativos de “(re)construções” comportamentais e participantes diretos do processo de surgimento de „novas gerações”. Não buscamos aqui uma finalização das reflexões sobre a ideia de gerações e sim uma base teórica para que agora possamos trabalhar o conceito de „juventudes” (fortemente ligado à ideia de gerações).

De um modo geral, pode-se dizer que a „juventude” tem estado presente tanto na opinião pública como no pensamento acadêmico, como uma categoria propícia para simbolizar os dilemas da contemporaneidade. A juventude, vista como uma categoria geracional que substitui a atual, aparece como retrato projetivo da sociedade. Nesse sentido, condensa as angústias, os medos assim como as esperanças, em relação às tendências sociais percebidas no presente e aos rumos que essas tendências imprimem para uma confirmação social futura (ABRAMO, 1997, p.29)

Falar da questão geracional é, na verdade, pensar as questões das „juventudes”. Afinal, mudanças nos paradigmas sociais, comportamentos de vanguarda e inovações comportamentais partiram dos grupos sociais mais jovens nas mais diversas épocas da história, substituindo assim os antigos „dominantes” dos diversos campos culturais e político-sociais pelos até então, „dominados” (BOURDIEU, 2004). O “choque de gerações” é causado pelos jovens, inclusive no ambiente midiático. Além disso, os agrupamentos juvenis são diversos, com características, perspectivas e históricos muito diferentes entre si. Assim, adotaremos para esse trabalho o termo no plural: „juventudes”.

### **2.1.1 Gerações em síntese**

Discutimos a construção social da ideia de „gerações” e, principalmente, os contextos que são criados pela interação e a mútua influência existente entre os diferentes estratos geracionais. A partir da ideia de conflito geracional, ou “descontinuidade de gerações”, vimos que as gerações mais novas estão sujeitas a iniciar mudanças comportamentais [hábitos] que causam estranhamento nos sujeitos mais velhos. Além de dar continuidade aos processos produtivos e culturais das gerações anteriores, os jovens são os responsáveis pelo questionamento de

---

<sup>12</sup> Expressão citada por Groppo (2010) e Weller (2010): MANNHEIM, Karl. Funções das Novas Gerações, In: PEREIRA, Luiz, FORACCHI, Marialice M. (orgs.). Educação e Sociedade. Leituras sobre sociologia da educação, 1978, pp. 91-100.

dogmas sociais existentes e pelo surgimento de novos fluxos e movimentos, que podem acabar mudando o próprio comportamento tradicional das gerações anteriores.

Sendo assim, a partir de agora é necessário direcionar a discussão sobre as próprias ideias de „juventudes“, parte fundamental do objeto dessa pesquisa. Não só tentaremos compreender os significados possíveis para o termo, como também buscaremos um histórico sobre as pesquisas nessa área. Desta forma, será possível criar uma bagagem sólida para, posteriormente, discutirmos as relações dessas tais „juventudes“ com as tecnologias midiático-digitais.

## **2.2 Juventudes: divergências nos estudos e as primeiras pesquisas no país**

“Juventude é desses termos que parecem óbvios, dessas palavras que se explicam por elas mesmas e assunto a respeito do qual todo mundo tem algo a dizer, normalmente reclamações indignadas ou esperanças entusiasmadas” (ABRAMO, 2005, p.37). Sabe-se que, assim como a própria ideia de geração, o conceito de juventudes é importante para o estudo das relações sociais e é um termo discutido por diversas áreas do conhecimento. Por esse motivo, embora busquemos entender o que é ser jovem, pelo menos de maneira genérica, não existe uma unanimidade na descrição do que seja realmente o pertencer à „juventudes“.

Quando se busca precisar um pouco mais o próprio termo, as dificuldades aparecem, e todo o seu aspecto impreciso e escorregadio toma relevo. Muito do que se escreve na academia sobre juventude é para alertar para os deslizamentos, os encobertamentos, as disparidades e mistificações que o conceito encerra. Há muitos ângulos pelos quais se pode abordar o tema (diferentes referentes designados pelo mesmo termo); cada disciplina das ciências humanas faz um tipo de recorte e, dentro delas, diferentes correntes teóricas ressaltam dimensões distintas desse complexo ao qual o termo pode se referir (ABRAMO, 2005, p.37-38)

As angulações são diversas, as origens do termo as mais variadas e, por este motivo, não temos aqui a pretensão de fazermos um resgate teórico completo. Tão grande é a vastidão de autores que já trabalharam o tema, que se buscássemos a origem da palavra „juventude“, nós estudaríamos algumas civilizações antigas – como Grécia e Roma –, passaríamos pela Idade Média e Moderna e,

recairíamos em muitos autores do século XX<sup>13</sup>. Estudaríamos os aspectos legais das sociedades, as questões morais, as disputas políticas e, evidentemente, a sucessão geracional (GRINSPUN, 2008).

Partindo das pesquisas modernas, dentro das ciências biológicas e da psicologia ainda no século XVIII; passando pela obra *Adolescence*(1904), de Stanley Hall, que entra para a história como a primeira monografia dedicada à juventude e seus aspectos conflituosos<sup>14</sup> e chegando às décadas de 1920 e 1930, período de desenvolvimento da Sociologia da Juventude na Europa e Estados Unidos<sup>15</sup>; podemos observar o inquietante trabalho das mais diversas ciências em entender tal fenômeno. Tempos depois, as investigações ligadas às áreas da economia, ciência política e educação que se somam estas, ampliando de forma considerável o leque de possibilidades e tornando mais difícil ainda uma unidade (FLITNER, 1968, p. 37).

Por se tratar de uma pesquisa no campo da Comunicação Social, buscamos refletir sobre as juventudes e suas conexões possíveis com o ambiente midiático. Partiremos, portanto, da discussão do que é ser jovem, para, posteriormente, falar de características das pesquisas acadêmicas sobre o assunto e das realidades midiáticas existentes para esse grupo. Desta forma, buscaremos a construção de terreno teórico fértil para que, em seguida, consigamos estudar os jovens que fazem uso das mídias digitais.

Quando falamos deste tema, surge uma dúvida natural: Afinal, qual faixa etária compreende as juventudes que estamos tratando? Infelizmente, a resposta não é tão simples nem objetiva. Isto porque esse não é um termo natural e óbvio, de fácil definição. Groppo (2000) destaca que “[...] juventude é uma concepção, representação ou criação simbólica, fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios indivíduos tidos como jovem, para significar uma série de comportamentos e atitudes a ela atribuídos”. (GROPPO, 2000, p. 7-8).

---

<sup>13</sup> A pesquisadora Mirian Paura Sabrosa Zippin Grinspun, em parceria com Gilselene Garcia Guimarães publicaram o artigo “Revisitando as origens do termo juventude: a diversidade que caracteriza a identidade”, na 31ª Reunião Anual da ANPED (Minas Gerais, 2008). Nesse texto, fazem uma retomada histórica e uma revisão de autores que contribuem para esse debate.

<sup>14</sup> Essa Monografia trata sob a ótica da Psicologia da infância e do jovem, propunha uma reflexão psicogenética que vai ser profundamente utilizada na Alemanha, posteriormente. Tais reflexões e uma completa retomada da história Moderna e Contemporânea da Juventude podem ser encontradas no artigo de Andreas Flitner “Os problemas sociológicos nas primeiras pesquisas sobre juventude”, encontrado no livro “Sociologia da Juventude I”, organizado por Sulamita Britto (1968).

<sup>15</sup> É nesse período que, como já trabalhado anteriormente, se intensificam também as pesquisas sobre Gerações.

Podemos perceber, portanto, que não existe um „marco“ oficial para explicitarmos aqui, visto que o a Lei brasileira (Estatuto da Juventude)<sup>16</sup>, a Psicologia e segmentos da Sociologia não apresentam uma definição unificada. Groppo (2000) evidencia a dificuldade de se aplicar um padrão para esse debate, embora defenda que “[...] o critério etário (...) está sempre presente, expresso ou subjacente, como base prévia da definição de juventude” (GROPPO, 2000, p.09); mesmo que essa seja, na verdade, uma criação social.

Podemos definir a juventude como uma categoria social. Tal definição faz da juventude algo mais do que uma faixa etária ou uma “classe de idade”, no sentido de limites etários restritos – 13 a 20 anos, 17 a 25 anos, 15 a 21 anos etc. Também, não faz da juventude um grupo coeso ou uma classe de fato, aquilo que Mannheim chama de grupo social concreto. Não existe realmente uma “classe social” formada, ao mesmo tempo, por todos os indivíduos de uma mesma faixa etária (GROPPO, 2000, p. 07)

Sobre esse tipo de categorização, Catani e Gilioli (2008) e Groppo (2010) dividem a mesma ideia sobre juventudes, de acordo com dois possíveis eixos de entendimento. Para os autores, “[...] os sujeitos ou grupos sociais podem se auto-identificar como jovens ou portadores de uma cultura juvenil” ou podem ainda ser nomeados e identificados como pertencentes à classe jovem “[...] por outros segmentos etários ou instituições (Estado, família, organizações), que (...) elege um ou alguns traços como essência que caracterizaria a juventude” (CATANI; GILIOLI, 2009, p.12).

[Há a necessidade de]<sup>17</sup> desmistificação deste fundamento “natural” da juventude, mostrando que a faixa etária juvenil, assim como os demais grupos de idade, são uma criação sociocultural própria, marcante e fundamental dos processos de modernização e da configuração das sociedades contemporâneas. Essa criação surge ao lado ou em conjunção com outras categorias sociais, relações de gênero, relações étnicas e outras, bem como junto a fenômenos históricos cruciais, como o capitalismo, o imperialismo, o “ocidentalismo” etc. (GROPPO, 2000, p. 27)

Para pesquisadora Maria Cristina Gobbi (2012), é necessário analisar o fenômeno das juventudes sob a ótica cultural, entendendo como uma construção simbólica. Sendo assim, não existe como fazer uma padronização dessa visão ou da

<sup>16</sup> Como veremos posteriormente em Tópico Específico, o “Estatuto da Juventude”, criado pela Lei 12852, de 2013, estabelece no Parágrafo 1º, do Artigo 1, que serão considerados Jovens aqueles que tenham entre 15 e 29 anos.

<sup>17</sup> Marcação nossa.

própria significação do termo. “Há distintas maneiras de ser jovem passando inclusive pelo conceito de se sentir jovem, de estar jovem sem necessariamente o ser – outra justificativa para a não universalização do termo”. (GOBBI, 2012, p.14).

No livro “Na trilha da mídia juvenil: dos suplementos *teen* para as tecnologias digitais” (2012), a autora mostra que a própria ideia básica de juventudes variou muito com o tempo. Na década de 1920, os jovens tinham postura diferente do que podemos notar hoje, ou do que foi observado em parte da sociedade que viveu a contracultura dos anos 1960. “Um homem de 25 anos já portava o bigode, a roupa escura e o guarda-chuva necessários para identificá-lo entre os homens de 50 anos, e não entre os rapazes de 18” (GOBBI, 2012, p.14).

Gobbi (2012) defende que quanto mais os jovens ganharam espaço nos mais diversos setores – e mais se distanciaram da figura do adulto – mais atenção foi sendo direcionada a esses atores sociais. Para a pesquisadora, “[...] o jovem sempre existiu, mas parece-nos que o mundo começa a se preocupar com essa „onda teen“. Contudo, a imagem social da juventude continua estereotipada” (p.19). Vários setores sociais, mais ligados às gerações mais velhas, continuam a enxergar o jovem como um ser transgressor, “[...] não no sentido da busca de alternativas, mas do delito. A juventude, para alguns, está recheada de ações inconsequentes e de delinquências que assinalam de forma negativa essa fase tão especial de formação. Não é possível generalizar” (GOBBI, 2012, p.19).

Essas “juventudes problemáticas”, recorrente em pesquisas e debates sociais recentes, não é uma exclusividade da sociedade brasileira atual. O início da Sociologia da Comunicação brasileira (ainda durante os anos de 1960), muito influenciada pela norte-americana e europeia, marca uma frequente preocupação com as „disfunções“ juvenis, visto que os jovens, para a época, teriam basicamente a função de continuidade social do padrão de vida da classe dominante.

Vale ressaltar que a principal diferença das primeiras pesquisas nacionais em relação a hoje é que, atualmente, podemos perceber que se estudamos diversos tipos de culturas juvenis que merecem investigação, mesmo que às vezes em angulações negativas. Nota-se que “[...] até meados dos anos 70, estavam mais voltados para a análise de como os jovens se configuravam como geração numa estrutura social distribuída em termos de classe e status sociais” [voltado para as camadas de mais destaque] (TAVARES, 2012, p.186).

Em diversos períodos e locais, notam-se muitas definições feitas na academia retratando as juventudes como um período de crise, com conflitos de identidade e de transformação. Abramo (1997) afirma que os jovens, ao longo da história, têm sido investigados pelas Ciências Sociais, em grande parte das produções, como uma “[...] ameaça para si próprio ou para a sociedade” (p.29). A autora afirma que “[...] a tematização da juventude pela ótica do problema social é histórica e já foi assinalada por muitos autores: a juventude só se torna objeto de atenção enquanto representa uma ameaça de ruptura a continuidade social” (ABRAMO, 1997, p.29).

Sob o olhar e muitas vezes a orientação das gerações mais velhas, os jovens são preparados para suceder as gerações atuais em diversos campos de atuação, pois têm „função”<sup>18</sup> de dar continuidade às organizações sociais e participar do processo de sucessão temporal e geracional, tendo nos adultos a referência comportamental que vai ou não ser mantida. A atual necessidade de haver constante debate e negociações entre diferentes estratos geracionais garantem a não previsibilidade de como vão acontecer as relações sociais entre jovens e adultos, principalmente com o fortalecimento das juventudes como camada questionadora que tem forte influência dos grupos.

Dado que a continuidade de gerações representa o recurso básico de preservação da ordem cultural e moral, característica de cada sociedade, e de que ao longo dela é que se estabelece o diálogo entre jovem e a sociedade, compreende-se que garanti-la seja uma tarefa primordial. E compreende-se também que é no ponto de inflexão firmado pela singularidade deste diálogo entre jovens e os adultos, porta-vozes da sociedade, que se localiza o problema das gerações (FORACCHI, 1972, p. 23).

Marialice Foracchi (1972) discute essas continuidades e os conflitos geracionais, sob a ótica das relações entre os jovens e os adultos, em sua obra “A juventude na sociedade moderna”. Nela, além de tratar a ideia básica da “continuidade de gerações” – também trabalhada por Mannheim (1982) – traz o conceito de “descontinuidade das gerações”, evidenciando que nem sempre os mais jovens assimilam os valores e padrões dos adultos. Assim, em determinadas situações, acabam tendo um comportamento de rejeição e contestação a eles.

---

<sup>18</sup>Função aqui está atribuída à ideia de que os adultos esperam que essa juventude mantenha as instituições intactas de acordo com os valores históricos, como uma espécie de obrigação geracional (Mannheim, 1982 e Foracchi, 1972).



O comportamento juvenil tem papel fundamental na evolução social, pois são os mais jovens que, teoricamente, assimilam mudanças de maneira mais rápida e simples, e posteriormente tentam expandir/traduzir tal fato para pessoas mais velhas, de gerações anteriores (STRAUBHAAR et al, 2013). Esses rompimentos com padrões pré-fixados, quando feitos de maneira brusca e reivindicatória, são relacionados ao „radicalismo juvenil“. Porém, podem ocorrer de maneira sutil, partindo da “negociação” entre as partes<sup>19</sup>, e tornando essas relações menos traumáticas. Pensando sobre esse contexto, Foracchi (1972) defende que uma geração influencia a outra, negando a ideia de que apenas os jovens sejam aprendizes.

É inaceitável supor que a geração adulta não seja também afetada pelo mesmo conjunto de fatores que gera a descontinuidade de gerações. Isto nos leva a admitir que, ao contrário do que geralmente se coloca, não são duas gerações, como tais, que se opõem e se defrontam. Jovens e adultos são diferencialmente afetados por um mesmo processo global que dilacera as suas relações, mas são os resultados sociais desse processo que se antagonizam. Os agentes sociais, plasmados numa situação global de tensão, tendem a expressar, de modo antagônico, as diferentes dimensões da ordem normativa (FORACCHI, 1972, p.28).

“Naturalmente, determinadas evoluções do comportamento de muitos jovens introduzem em nossas reflexões elementos novos, aparentemente perturbadores, mas na realidade fundando ainda mais rigorosamente as reflexões” [que serão desenvolvidas a partir daí] (IANNI, 1968, p. 238). O conflito ideológico ou o desconforto com mudanças nos padrões comportamentais são uma realidade para todos os envolvidos nessas relações geracionais. Isso é o que Foracchi (1972) chama de “descontinuidade das gerações”, gerada por grupos juvenis questionadores, como aqueles que fizeram revoluções na Europa do século XIX ou foram para a rua protestar nos anos 1960 contra panoramas político-sociais em várias partes do mundo. Ou mesmo aqueles que estruturaram movimentos como a Primavera Árabe e o “Passe Livre” no século XXI.

Ampliando tal visão, Octávio Ianni (1968), em seu artigo „O jovem radical“, frisa que “[...] o grupo de adultos atribui à juventude a função de preservar e renovar, segundo o sistema presente de valores, instituições e ideais coerentes com o status-

---

<sup>19</sup> Essa visão é defendida por Foracchi (1972) e reafirmada por outros autores utilizados como referências.

quo” (p.231). Ou seja, essa renovação deveria acontecer de acordo com os padrões sociais existentes e as ideologias das classes dominantes. Quando isso não acontece, essa juventude passa a ser tratada como “danosa e é denunciada como „desviada<sup>20</sup>” da condição real da juventude” (IANNI, 1968, p.231).

Nesse mesmo artigo, Ianni (1968) discute a natureza radical dos jovens politizados, que tendem a apresentar comportamentos mobilizadores, mesmo que apenas durante a fase da juventude. Para ele, é produto comum dos jovens o questionamento radical dos valores da sociedade e a busca por novas oportunidades e por novos comportamentos, quando se percebe a intenção nas gerações adultas de “diminuir” ou “podar” o espaço de renovação.

Com uma visão focada nos jovens das camadas médias, o autor defende que quando essa mobilização e esse “radicalismo” não acontecem, é porque certamente “[...] o jovem não realizou a conscientização da condição alienada do homem na sociedade capitalista: ou porque foi amplamente envolvido e integrado ou por não ter condições intelectuais para formular a própria condição real” (IANNI, 1968, p.240).

Pensando na afirmação acima<sup>21</sup> e na sociedade brasileira da época, notamos que as reflexões de Ianni (1968) ainda estavam muito ligadas aos comportamentos e possibilidades dos jovens universitários, membros de uma classe privilegiada, não abarcando totalmente as realidades das classes populares e as juventudes operárias. Abramo (2005) evidencia que, seguindo essa linha, parte considerável das pesquisas produzidas no Brasil ao longo dessas décadas, retratamajoritariamente essas juventudes de classe média, dando menos destaque para os comportamentos dos jovens das demais camadas, principalmente das mais pobres.

Por muito tempo, pelo menos até os anos 1960, a visibilidade da juventude no Brasil ficou restrita a jovens escolarizados de classe média, situação que condensava o significado da condição juvenil; o debate se dirigia então para o papel que os jovens (principalmente por intermédio dos movimentos estudantis, da contracultura e do engajamento em partidos de esquerda) jogavam na continuidade ou transformação do sistema cultural e político que recebiam como herança (ABRAMO, 2005, p.38)

---

<sup>20</sup> Mudança de conjugação verbal nossa, para adequar a construção ideal da frase.

<sup>21</sup> Feita por Ianni (1968), quando discute os possíveis motivos para a “despolitização”.

Como Breitner Luiz Tavares (2012)<sup>22</sup>, discute em seu artigo „Sociologia da Juventude: da juventude desviante ao protagonismo jovem da UNESCO<sup>23</sup>“, houve uma demora para a sociedade e a academia começarem a pensar sobre os diversos tipos de identidades juvenis existentes. Muitas „subculturas“ de grupos não hegemônicos foram ignoradas nos primeiros períodos de pesquisas no Brasil, sendo atendidos majoritariamente após os anos 1980.

De fato, os movimentos juvenis europeus e norte-americanos influenciaram as primeiras publicações sobre uma Sociologia da Juventude no Brasil (Brito, 1968). Os estudos de Ianni (1968) e Foracchi (1972) também corresponderam a essa tendência das juventudes dos setores médios. Nesse caso, a ênfase no movimento estudantil e na sua forma específica de organização levou à elaboração de hipóteses sobre a juventude de classe popular que apontavam para um suposto desinteresse ou mesmo uma incapacidade dos jovens no sentido de alguma mobilização de cunho político reivindicatório. Abordagens à maneira dos estudos culturais, interessadas numa etnografia das subculturas juvenis, terão maior visibilidade a partir dos anos 80 e 90. (TAVARES, 2012, p. 186).

Nas décadas seguintes, em oposição a hipóteses como essas, surgem pensadores, de diversas áreas do conhecimento, que começam a buscar também em outros grupos juvenis as suas características, anseios e problemas. Por meio de estudos e da aplicação de métodos científicos, as camadas populares e outros grupos de jovens, protagonistas de seu ambiente cultural, começam a pautar as pesquisas brasileiras contemporâneas.

Neste tópico, discutimos várias facetas possíveis para a ideia de „juventudes“ e, principalmente, pudemos observar a evolução das primeiras pesquisas brasileiras sobre o tema. Surge, assim, a necessidade de observarmos também as investigações mais recentes, que deixam de valorizar apenas os jovens de classe média e não tratam as juventudes apenas como problemas sociais. A seguir, a realidade dos diversos tipos de juventudes será discutida, a partir de autores contemporâneos e das mudanças ocorridas nas próprias políticas públicas nacionais [que, a partir dos anos 1980, começam a pensar nos adolescentes e nos jovens, como protagonistas fundamentais para o avanço social].

### **2.3 Juventudes no Brasil contemporâneo e os aspectos legais**

---

<sup>22</sup>Baseado em: FEIXA, Carles. De jóvenes bandas e tribus: antropologia de la juventud. Barcelona: Editorial Ariel S.A., 1999.

<sup>23</sup> UNESCO: Organização para a Educação, a Ciência e a Cultura das Nações Unidas.

A partir década de 1980, a academia e os governos começam a mudar gradualmente sua postura e passam a entender os jovens para além da situação “conflituosa e problemática da classe média”. A característica das pesquisas anteriores de valorizar apenas os jovens das camadas médias começa a perder força no Brasil. Porém, ainda não é nesse momento que se iniciam os debates efetivos sobre os jovens e a existência de culturas juvenis. O foco das primeiras pesquisas acadêmicas e dos debates do poder público da época acaba recaindo sobre um recorte específico, que não abarcava toda a realidade do que se podia entender como „juventudes”.

Nessa época, inicia-se uma onda de investigação sobre as crianças e adolescentes em risco; na busca por políticas públicas e pela luta pelos direitos dessas faixas etárias. Abramo (2005) então frisa que esse debate interferiu no próprio entendimento do conceito de „juventudes”, deixando as reflexões sobre o tema ofuscadas por um período. “Isso polarizou o debate no que diz respeito à juventude, fazendo com que esse termo, por muito tempo, se referisse ao período da adolescência, muitas vezes como algo indistinto da infância” (p.38-39). Para a autora, “[...] os jovens propriamente ditos ficaram de fora do escopo das ações, e do debate sobre direitos e cidadania”(ABRAMO, 2005, p.38-39).

Evidentemente que, ao se discutir os direitos das crianças e adolescentes, naturalmente aparecia a oportunidade de se debater, em seguida, as primeiras políticas para os jovens em geral. Embora nesse momento a preocupação estivesse focada nas crianças e nos *teenagers* até 18 anos, essas discussões levaram à criação de um conjunto de diretrizes e políticas importantíssimas<sup>24</sup> para o reconhecimento das vulnerabilidades e da importância de se pensar nas camadas mais novas; nessas faixas etárias de transição – sejam as crianças, os adolescentes ou os jovens como um todo.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) foi implantado oficialmente pela Lei Nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Surge para discutir o contexto dos jovens vulneráveis a própria estruturação social. O texto<sup>25</sup> traz como ideia central a proteção integral desse grupo, considerando como crianças as pessoas até 12 anos, e

---

<sup>24</sup> Como cita Abramo (2005, p. 38): “Engendrando ações da sociedade civil e do Estado, e resultando no ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente), que se tornou instrumento fundamental para implantar a ideia desses segmentos como sujeitos de direitos”.

<sup>25</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8069.htm), acesso em: maio 2015.

adolescentes dos 12 aos 18 anos<sup>26</sup>. O „ECA“ é um marco na legislação do país, apontando para a necessidade de se intensificar os debates sobre as gerações mais novas, constantemente marginalizadas na política e no acesso aos seus próprios direitos. O texto cria uma série de garantias sociais, educacionais e culturais para esse público. Propõe diversas políticas para impedir abusos e resguardar esse grupo de situações adversas.

Art. 3º A criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhes, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, a fim de lhes facultar o desenvolvimento físico, mental, moral, espiritual e social, em condições de liberdade e de dignidade. Art. 4º É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária. Parágrafo único. A garantia de prioridade compreende: a) primazia de receber proteção e socorro em quaisquer circunstâncias; / b) precedência de atendimento nos serviços públicos ou de relevância pública; / c) preferência na formulação e na execução das políticas sociais públicas; / d) destinação privilegiada de recursos públicos nas áreas relacionadas com a proteção à infância e à juventude. Art. 5º Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais. (ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, 1990, web).

A criança e o adolescente têm defendidos seus direitos específicos, que envolvem o acesso à cultura, educação e saúde. Além disso, a legislação mostra preocupação com o respeito à integridade desses grupos, frisando que devem ser valorizados, indicando que eles têm direito à „voz“ na sociedade e combatendo qualquer espécie de abuso. Sendo assim, embora seja uma lei específica para uma determinada faixa etária, abre possibilidades para que – a partir daí – fosse pensados e debatidos, nos espaços públicos e privados, toda a diversidade juvenil existente em nosso país.

Pensando sob essa perspectiva, é desse contexto que se inicia um novo momento nas pesquisas sobre juventudes no Brasil, em que passam a ser valorizadas “[...] o interesse pelas diversas subculturas juvenis, bem como pela

---

<sup>26</sup> Aplicando-se, em alguns casos para jovens de 18 a 21 anos, nos casos expressos em lei, majoritariamente sobre a ótica do acesso a políticas essenciais.

dinâmica de inserção da juventude no mundo do trabalho e dos problemas relacionados a violência e escolarização da juventude” (TAVARES, 2012, p.189). Dialogando com Groppo (2010) e Gobbi (2012), os autores Catani e Gilioli (2008)<sup>27</sup>, advertem que:

(...) englobar diferentes posicionamentos, expressões, e condições juvenis em rótulos generalizantes é perigoso. Para ele [Pierre Bourdieu], a juventude „é apenas uma palavra”, uma vez que haveria pelo menos duas juventudes, a burguesa e a das classes populares, com diferenças significativas entre si. Jovens universitários, camponeses e operários têm pouco em comum, além da faixa etária. Assim, torna-se necessário falar em juventudes e em culturas juvenis (CATANI; GILIOLI, 2008, p.16).

Gobbi (2012) defende que as pesquisas devem levar em conta a diversidade da juventude, sem generalizações. “Defendemos que não há só uma juventude, mas juventudes. Não um jovem, mas jovens” (GOBBI, 2012, p.14). Sendo válido, assim, estudar os mais diversos aspectos desses grupos, pensando neles como protagonistas sociais, em agrupamentos diversos, cada um em uma determinada realidade. Os aspectos socioculturais são importantes e devem ser considerados, principalmente em ambientes como os latino-americanos.

O pesquisador Jesús Martín-Barbero, em seu artigo “A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens” (2008), faz uma leitura dos jovens latino-americanos desse período, ressaltando que, nos anos 1980 e 1990, os grupos juvenis começam a ganhar destaque nas relações sociais de diversos países, pois passam a se tornar protagonistas de um enfrentamento aos valores tradicionais, sendo verdadeiros reflexos das crises urbano-sociais.

A visibilidade social dos jovens emerge cada vez mais forte da mão e da voz desses nômades urbanos que se movem dentro e fora das cidades, apoiados nas canções e nos sons dos grupos de rock ou no rap das gangues e dos bandos residentes em áreas invadidas. Todos eles, veículos de uma dura consciência da decomposição da cidade, da crise trabalhista, da presença cotidiana da violência das ruas, da exasperação e do macabro (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.10).

As pesquisas acadêmicas e vários segmentos sociais começam a entender esse outro contexto. Tavares (2012) afirma que, a partir do final dos anos 1990, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

---

<sup>27</sup>Se baseiam na teoria do pensador Pierre Bourdieu para fazer tal afirmação.

(UNESCO)<sup>28</sup> inaugura uma nova leitura sobre os estudos sobre as realidades juvenis no país. “A juventude [definida] como categoria social, é redefinida não a partir da perspectiva de classe, mas pela abordagem de categorias, tais como violência, cidadania e protagonismo social” (TAVARES, 2012, p.189).

Para o autor, essa organização definiu novos parâmetros de análise em relação aos jovens. “Deixa de ser „desviante“, como em abordagens mais tradicionais<sup>29</sup>, e passa a agente social, vítima e causadora da violência, o que a inclui numa perspectiva de vulnerabilidade social” (TAVARES, 2012, p.189). A partir daí, há no Brasil um novo direcionamento nas pesquisas, que passam a valorizar as diversas culturas juvenis e os comportamentos típicos dessa nova geração – no protagonismo, no conflito social e na utilização de bens culturais/tecnológicos.

Além da Unesco, como instituição que vai motivar a redefinição dos estudos sobre juventude no Brasil, nos anos 90, observa-se o surgimento de novas abordagens sobre gerações e juventude que se posicionam de um modo crítico em relação a outras abordagens mais tradicionais. Em relação a isso, autoras como Sposito (1994) e Pais (2005), dentre outros, discutem uma abordagem teórica e metodológica considerando a juventude não simplesmente como subcultura ou sujeitos desviantes, mas levando em conta a ideia de pluralidade de suas manifestações e sua participação efetiva em termos estruturais. Esses estudos questionam as perspectivas mais tradicionais sobre os estudos da juventude. Para tanto, as autoras se voltam para a complexidade intrínseca dos modos de vida dos jovens, definidos como “culturas juvenis” (TAVARES, 2012, p.189).

Desse olhar mais amplo que as juventudes brasileiras passam a ser entendidas como uma parte da sociedade fundamental para os aspectos políticos, sociais e de consumo. A pauta focaliza “[...] o consumo dos jovens [pobres das classes trabalhadoras], bem como dimensões relativas à construção de um sistema de distinções sociais, pautados em categorias como raça-etnia, gênero e sexualidade” (TAVARES, 2012, p.189).

Pensando em um contexto social mais amplo da própria América Latina, Martín-Barbero (2008) afirma “[...] assim também que, em meados dos anos 90, me aproximei pela primeira vez da reflexão sobre o significado do jovem na *desordem*<sup>30</sup> cultural que atravessávamos” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.11). Para ele, surgia ali a necessidade de que as sociedades pensassem nesse novo momento das

<sup>28</sup> Organização da ONU, que tem seu site disponível em <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/>

<sup>29</sup> Já discutidas anteriormente, aqui nesta revisão de bibliografia.

<sup>30</sup> Expressão empregada pelo autor com essa grafia.

juventudes latinas, principalmente a partir de dois ângulos: “[...] da defasagem da escola em relação ao modelo social de comunicação que foi introduzido pelos meios audiovisuais e pelas „novas“ tecnologias” (p.11) e também “[...] da emergência de novas sensibilidades, nas quais encarnavam de forma “precipitada” e desconcertante, alguns traços mais fortes das mudanças da época” (p.11).

Essa expansão das reflexões sobre as juventudes, a anterior criação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), e a necessidade de acesso desses jovens aos seus direitos e aos bens culturais culminaram, alguns anos depois, na criação e na aprovação de uma legislação pioneira que assistisse a essa camada específica da população – e no surgimento de órgãos governamentais, setores dentro de Universidades e fundações particulares, que passam a investigar, especificamente esse grupo.

No ano de 2013, finalmente foi sancionado pela presidente Dilma Rousseff a Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, que cria o “Estatuto da Juventude”<sup>31</sup>. Em seu Artigo 1º, explica que o documento “[...] dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude [SINAJUVE]” (ESTATUTO DA JUVENTUDE, 2013, web). A partir dessa regulamentação, a questão etária juvenil fica da seguinte forma:

§ 1º Para os efeitos desta Lei, são consideradas jovens as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos de idade. § 2º Aos adolescentes com idade entre 15 (quinze) e 18 (dezoito) anos aplica-se a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990 - Estatuto da Criança e do Adolescente, e, excepcionalmente, este Estatuto, quando não conflitar com as normas de proteção integral do adolescente (ESTATUTO DA JUVENTUDE, 2013, web).

Considera-se essa regulamentação de diretrizes específicas para as juventudes uma iniciativa pública importante, devido ao fato de essa faixa etária representar aproximadamente um quarto da população brasileira atual. O Censo de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>32</sup>, mostra que o Brasil tem um montante de mais de 51,3 milhões de jovens, com idades entre 15 e 29 anos, representando mais de 25% da população nacional. Esse amplo recorte etário é justificado pelo fato de ser um “[...] período de transição que constitui a etapa juvenil marcada na atual conjuntura histórica por trajetórias relativamente

<sup>31</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12852.htm)

<sup>32</sup> Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/resultados>. Acesso em: fevereiro 2015.



longas (...) muitas vezes não lineares de formação, inclusão e desenvolvimento da autonomia” (AGENDA JUVENTUDE BRASIL<sup>33</sup>, 2013, p. 13).

O texto aprovado evidencia em seu Capítulo II, separado por Sessões de I a XI, que é função do Estado o estabelecimento de diretrizes para proteger e viabilizar que essa parcela da população tenha acesso a Cidadania, à Participação Social e Política e à Representação Juvenil; à Educação; à Profissionalização, ao Trabalho e à Renda; à Diversidade e à Igualdade; à Saúde; à Cultura; à Comunicação e à Liberdade de Expressão; ao Desporto e ao Lazer; ao Território e à Mobilidade; à Sustentabilidade e ao Meio Ambiente; e, por fim, Direito à Segurança Pública e ao Acesso à Justiça (ESTATUTO DA JUVENTUDE, 2013, web).

Todas essas diretrizes são explicadas detalhadamente e são respaldadas por uma série de princípios, frisados pelo Artigo 2º:

Art. 2º - O disposto nesta Lei e as políticas públicas de juventude são regidos pelos seguintes princípios: I - promoção da autonomia e emancipação dos jovens; / II - valorização e promoção da participação social e política, de forma direta e por meio de suas representações; / III - promoção da criatividade e da participação no desenvolvimento do País; / IV - reconhecimento do jovem como sujeito de direitos universais, geracionais e singulares; / V - promoção do bem-estar, da experimentação e do desenvolvimento integral do jovem; / VI - respeito à identidade e à diversidade individual e coletiva da juventude; / VII - promoção da vida segura, da cultura da paz, da solidariedade e da não discriminação; e / VIII - valorização do diálogo e convívio do jovem com as demais gerações. (ESTATUTO DA JUVENTUDE, 2013, web)

Com a articulação e aprovação desse texto, o Estado reconhece que pode estar nas juventudes parte destacável das mudanças/avanços econômicos, políticos e sociais, além do aumento no consumo de bens culturais e tecnológicos. Ao estabelecer as garantias e princípios citados, busca-se, pelo menos legalmente, criar uma situação favorável para que as diversas „juventudes” possam ter acesso ao desenvolvimento financeiro, intelectual e cultural no país.

O documento evidencia a importância desses jovens para a sucessão geracional e para a própria inserção em ambientes culturais e educacionais, defendendo o acesso a bens que facilitem esse processo. Na „Seção VI: Do Direito à Cultura”, o Artigo 21 frisa que “O jovem tem direito à cultura, incluindo a livre criação, o acesso aos bens e serviços culturais e a participação nas decisões de política

---

<sup>33</sup> Relatório produzido pelo Participatório, de responsabilidade da Secretaria Nacional da Juventude (SNJ), da Presidência da República.

cultural, à identidade e diversidade cultural e à memória social” (ESTATUTO DA JUVENTUDE, 2013, web).

Ao longo de todo o capítulo, evidenciamos a importância de se conhecer as discussões sobre os „conflitos” entre gerações e os contextos que estão atrelados à ideia de ser jovem. Passamos por um histórico que traz desde as primeiras pesquisas brasileiras sobre juventudes até a criação do Estatuto da Juventude, no ano de 2013. Texto esse, que pode ser entendido como um nítido avanço nas políticas de valorização das diversas juventudes e de garantias de direitos sociais.

Pensando especificamente na área de Comunicação, em diversos momentos, o texto aprovado faz referência à importância dos bens culturais e midiáticos; e da difusão dos meios de comunicação entre os jovens, especialmente as tecnologias digitais. Sendo assim, surge a necessidade de discutirmos no próximo capítulo não só a relação histórica dos jovens com os meios de comunicação, mas também as “juventudes digitais”, que são focos importantes para o eixo central dessa investigação.

### 3. JUVENTUDES DIGITAIS: COMUNICAÇÃO CONECTADA

#### 3.1 Juventudes e os meios de comunicação

Para categorizar uma determinada „geração“ devemos observar os aspectos temporais – mais ligados à hereditariedade e à idade –, o momento histórico e o próprio contexto social de inserção desses jovens. Sendo assim, ao discutirmos a existência de um determinado recorte geracional não podemos ser levianos e acreditar que todos os membros terão os mesmos acessos às tecnologias, as mesmas oportunidades e adotarão um padrão fixo de comportamento. Mas, estarão expostos a realidades histórico-sociais em que determinadas tendências e experiências estão se fortalecendo e outras, perdendo espaço na sociedade.

Descreveremos aqui a divisão geracional defendida pelo pesquisador Don Tapscott (2010), levando em conta a sociedade dos Estados Unidos durante o século XX, muito focada no consumo de mídias. É importante ressaltar que, antes de pensarmos sobre as gerações brasileiras, traremos essa divisão consolidada, para depois refletirmos sobre possíveis adaptações para o nosso cenário. O professor Jesus Martín-Barbero (2008) defende que o espaço latino-americano deve ser pensado de maneira cuidadosa, visto que o cenário histórico-social, as condições socioeconômicas e as próprias características midiáticas são notadamente diferentes da realidade norte-americana.

Nota-se que as ideias geracionais estão muito ligadas à maneira de se consumir de mídia. Nos diferentes recortes etários que compõe a chamada Geração Internet<sup>34</sup>norte-americana (TAPSCOTT, 2010), típica de um momento de expansão e fortalecimento das tecnologias digitais, não são todos os cidadãos que têm acesso às mesmas oportunidades – existindo diversas realidades econômico-sociais. É precipitado se fazer generalizações sobre o comportamento de toda a juventude de uma época. A divisão em camadas sociais e as realidades geográficas são fundamentais para entendermos que dentro de uma mesma geração não temos uma

---

<sup>34</sup>A seguir, estudaremos a Geração Internet, Geração Digital ou Geração Y sob a perspectiva apresentada por Dom Tapscott (1999; 2010).

juventude unificada, e sim „juventudes“ (GOBBI, 2012)<sup>35</sup> – que passam a interagir com a nova realidade tecnológica de maneiras diferentes.

Tapscott (2010) destaca a primeira geração da sociedade norte-americana em que as mídias passam a ter papel efetivo. São os membros da Geração *Baby Boom* [ou Geração Pós-Guerra] (1946-1964), em que a televisão, ainda em surgimento e fixação, faz uma revolução nas práticas comunicacionais e de consumo, mudando as relações com os meios e criando novos hábitos comportamentais. “Foi o impacto da revolução nas comunicações – liderada pela ascensão da televisão – que moldou essa geração mais do que qualquer coisa”. Defende que “[...] pode parecer clichê essa afirmação, mas também é um enorme eufemismo do impacto da onipresente „telinha” para parte considerável desse público (TAPSCOTT, 2010, p. 23).

A Geração X (1965-1976) apresenta características do consumo de mídia muito semelhante à geração anterior, sendo em muitas vezes, “irmãos mais novos” deles. Por esse motivo, podemos perceber que não necessariamente existe uma relação de „filiação” entre a “Geração Pós-Guerra” e eles. Característica marcante dos “X” é que são fortes consumidores de meios analógicos, e profundamente abertos a conhecer novas mídias. “São comunicadores agressivos e extremamente centrados na mídia. São o segmento mais velho da população cujos hábitos de uso de computadores e da internet [não diferem tanto] da Geração Internet” (TAPSCOTT, 2010, p. 26). Pertencentes à época em que as tecnologias<sup>36</sup> digitais começam a surgir nos ambientes de trabalho; são os chamados “migrantes digitais”. “Para eles o rádio a televisão, o cinema, a internet são meios comuns de comunicação, disponíveis para todos e que servem para armazenar informações” (Tapscott, 1999, p.19).

Tapscott (2010) define a chamada Geração Y, Geração Internet ou Geração *Millenium* (1977-1997), que seriam os jovens que puderam crescer com a expansão das redes e dos dispositivos digitais. “Se você observar nos últimos 20 anos, ficará claro que a mudança mais significativa que afetou a juventude foi

---

<sup>35</sup> Reflexões já feitas anteriormente, que foram reforçadas no presente contexto devido à pertinência para as discussões aqui realizadas.

<sup>36</sup> Consideramos aqui “tecnologia” como o desenvolvimento de ferramentas, e um conjunto de técnicas, que auxiliam no desenvolvimento e avanço produtivo de diversos setores (LEMOS, 2004). Especificamente na área da Comunicação, estamos falando das Novas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC’s), que tem papel decisivo no atual momento em que se fortalecem as mídias digitais.

a ascensão do computador, da internet e de outras tecnologias digitais. É por isso que chamo os jovens desse período de Geração Internet” (TAPSCOTT, 2010, p.28).

Os membros dessa geração tiveram acesso à rede em ritmos variados, devido às diferenças sociais e geográficas existentes. Mas são eles a „geração“ que cresce com a ascensão e afirmação dessa mídia, da mesma maneira que os *boomers* passaram aos poucos a utilizar a televisão, no século XX. Comparando-se com as outras gerações, assimilam a tecnologia de maneira muito mais rápida, pois cresceram junto com todo esse movimento, mudando os padrões de consumo e criando culturas digitais, valorizando a internet e mergulhando em redes sociais.

Ao crescerem, as crianças da „Geração Internet“ olhavam para os computadores da mesma maneira que os „*baby boomers*“ olhavam para uma tevê. Nós *baby boomers* não ficamos maravilhados com a tecnologia ou nos perguntamos como a televisão transfere vídeo e áudio através do ar, simplesmente assistimos ao que está na tela. A televisão é um fato da vida. O mesmo aconteceu com a Geração Internet e os computadores. E, à medida que a tecnologia evolui implacavelmente a cada mês, os jovens simplesmente a absorvem, como se fossem melhorias na atmosfera (TAPSCOTT, 2010, p.31)

Em seguida, o autor destaca a Geração Z (TAPSCOTT, 2010, p.27), que nascem [nos EUA] a partir de 1998 e que tem verdadeiro domínio dos meios digitais. É a geração em que as redes online são realidade. Eles crescem com a internet já sendo consolidada, e com a considerável expansão das novas tecnologias da informação e comunicação. Desde pequenos, tem brincado e interagido, principalmente com dispositivos móveis, além de entender o funcionamento dos mais diversos tipos de telas. Gobbi (2012) afirma que crianças e adolescentes antenados com tudo que é tecnológico podem ser chamados de „*screenagers*“, os „*teenagers*“ (adolescentes), que estão habituados à nova realidade de telas „*screen*“.

Muitos membros das duas últimas gerações veem o mundo online como uma extensão clara do mundo real. Para eles, é natural que as relações interpessoais sejam mediadas por essas tecnologias. Têm elevada capacidade de assimilação, interação e convivência digital, revolucionando as relações midiáticas contemporâneas (TAPSCOTT, 2010). Sem dúvida, todo esse panorama muda até mesmo a forma com que interagem com a cultura ou utilizam as mídias como lazer.

Trazendo as reflexões anteriores para a realidade brasileira, é evidente que as datas propostas para as separações geracionais de Tapscott (2010) não coincidem exatamente com a realidade brasileira. Da mesma maneira, a velocidade

com que as tecnologias analógicas [nas décadas anteriores] e digitais [atualmente] ganharam espaço no país é diferente; visto que as lógicas das regionalidades, de renda e de desenvolvimento econômico apresentam características próprias do cenário latino-americano.

Assim, ainda que imprecisa com relação à cultura do Brasil, essa divisão geracional-midiática permite a observação de aspectos próximos ao processo transitório observado em nosso país. Temos gerações adultas extremamente presas à televisão aberta, e em outras mídias analógicas, que hoje buscam conhecer e utilizar as tecnologias digitais; além de juventudes, majoritariamente nascidas a partir dos anos 1980, que têm muito mais aptidão tecnológica e mais afinidade com as mídias digitais. De acordo com a visão de Martín-Barbero (2008), embora possamos nos inspirar em realidades externas (no caso, norte-americanas), a apropriação e a transposição total de teorias não são adequadas, pois as próprias organizações geracionais e as ideias de juventude são dotadas por outras configurações na América Latina.

Partimos do incentivo dado por Tapscott (2010), ao mapear a realidade midiático-geracional dos Estados Unidos, para refletirmos sobre o público que será analisado pela presente pesquisa e sobre a aplicabilidade de tais ideias em território nacional. Embora consideremos o autor importante referencial teórico sobre o tema, pensaremos sob a ótica de Martín-Barbero (2008) e não adotaremos como verdade absoluta essas categorizações, para as realidades que serão observadas nos jovens de Bauru (SP) – que são brasileiros e latino-americanos.

Voltando a falar do panorama midiático-tecnológico e respeitando as diferenças existentes entre tais realidades, as discussões desse tópico consideram exclusivamente os jovens com acesso à internet - e outras tecnologias – alterando aos poucos o próprio modo de ver e consumir mídias. Para exemplificar, Tapscott (2010) evidencia como até no consumo de televisão, meio com maior apelo nas gerações anteriores, as relações acontecem de maneira diferente com as juventudes digitais de todo o mundo. Para o autor, “[...] sob vários aspectos, a Geração Internet é a antítese da Geração TV. A passagem de uma mídia difusora unidirecional para uma mídia interativa surtiu um efeito profundo” (TAPSCOTT, 2010, p. 33):

A Geração Internet [Geração Digital]<sup>37</sup> assiste menos televisão do que seus pais, e o faz de uma maneira diferente. É mais provável que um jovem da Geração Internet ligue o computador e interaja simultaneamente com várias janelas diferentes, fale ao telefone, ouça música, faça o dever de casa, leia uma revista e assista à televisão. A tevê se tornou um a espécie de música de fundo para ele. (TAPSCOTT, 2010, p.32)

Para Tapscott (2010) esses jovens das duas últimas gerações são “[...] iniciadores, colaboradores, organizadores, leitores, escritores, autenticadores e até mesmo estrategistas ativos”, se observarmos, por exemplo, o uso e o consumo de videogames. Além disso, eles não têm apenas comportamentos passivos diante das novas mídias. “Não apenas observam, mas também participam: perguntam, discutem, argumentam, jogam, compram, criticam, investigam, ridicularizam, fantasiam, procuram e informam” (TAPSCOTT, 2010, p. 33).

Eles vêm construindo comportamentos digitais, extremamente vinculados às práticas online. Cresceram com a internet e viram os computadores e dispositivos móveis evoluírem em larga escala, ano após ano. Mesmo os que participam mais recentemente desse processo, estão diariamente dentro dessa nova lógica tecnológica e midiática, conseguindo uma adaptação mais rápida aos novos meios digitais que as gerações anteriores (TAPSCOTT, 1999; 2010). Martín-Barbero (2008) defende que as novas configurações comunicativas adotadas por esses jovens, evidenciam a mudança mesmo na lógica dos códigos linguísticos dos processos comunicativos.

Refiro-me, em particular, ao fenômeno do chat, transformado um dos pesadelos dos “velhos” e uma das mais prazerosas formas de comunicação entre as novas gerações. Na interação que o chat possibilita, diluem-se, em primeiro lugar, as linhas de demarcação entre oralidade e escrita; a comunicação não é inteiramente escrita e nem inteiramente oral, e sim um híbrido que leva o escrito à temporalidade e informalidade oral (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.25).

Após essa explanação sobre as divisões geracionais clássicas – muito difundidas pela mídia – e as práticas a elas atreladas, surge a possibilidade de discutirmos dados e características dos jovens que nascem com o fortalecimento e expansão das mídias digitais e da internet [ou que vivenciam esse processo fortemente ainda em sua adolescência]. Olhando para a realidade dos

---

<sup>37</sup>Marcação nossa.

jovensbrasileiros conectados, faremos a seguir uma viagem sobre reflexões e estatísticas que, sem dúvidas, contribuirão para as análises que serão realizadas posteriormente nessa Dissertação.

### 3.2 Nativos ou Imigrantes Digitais?

Para essa pesquisa, nos interessa especificamente o que os pesquisadores chamam de „juventudes digitais“, que seriam os jovens com acesso às tecnologias digitais e à rede. Nos últimos anos, o rápido avanço das tecnologias, o desenvolvimento econômico, a popularização dos aparelhos e a melhoria na renda de várias nações – inclusive do Brasil – têm sido alguns dos fatores para o aumento considerável da quantidade de pessoas que têm acesso ao cenário tecnológico atual. Certamente, esse panorama tem se alterado de maneira significativa, principalmente na última década, fazendo com que mais pessoas passem a se apropriar dessa realidade, ampliando os números da juventude brasileira conectada (PNAD/2011, 2013, web).

Justamente por isso, é necessário explicitarmos o que aqui chamamos de “juventudes conectadas”. Esse grupo é composto pelos jovens que utilizam os ambientes virtuais em suas rotinas e que circulam livremente por ambientes conectados, graças ao advento da internet. Estabelecem estreitas relações com as tecnologias e mídias digitais, utilizando notebooks, *tablets* e *Smartphones* para estarem imersos nesse contexto. Essa categoria “[...] busca ser sujeito e protagonista de seu futuro e estar apto a enfrentar os crescentes desafios impostos por uma sociedade globalizada em rede e imersa na tecnologia digital” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p.12).

Em contradição com inúmeras expectativas criadas, ainda existem dificuldades importantes para serem superadas por esses jovens. Em muitas ocasiões, suas expectativas e grandes idealizações do mundo tecnológico-digital são frustradas por uma globalização em curso, que, por muitas vezes, acaba por abrir brechas e acentuar algumas desigualdades pré-existentes.

[...] Estamos diante de uma juventude que possui mais oportunidades de alcançar a educação e a informação, porém, muito menos acesso ao emprego e ao poder; dotada de maior aptidão para as mudanças produtivas, mas que acaba sendo, no entanto, a mais excluída desse processo; com maior afluência ao consumo simbólico, mas com forte



restrição ao consumo material; com grande senso de protagonismo e autodeterminação, enquanto a vida da maioria se desenvolve na precariedade e na desmobilização; e, por fim, uma juventude mais objeto de políticas do que sujeito-ator de mudanças. (MARTÍN-BARBERO, 2008, p.13)

Considerado como setor estratégico, o ambiente midiático-tecnológico é tratado com destaque no Estatuto da Juventude. O poder público passa a tentar entender e valorizar as fortes relações dos jovens com as mídias e com as tecnologias digitais. Nesse sentido, o texto ressalta a importância dos meios de comunicação para o aspecto cultural dos grupos, mostrando a importância do desenvolvimento tecnológico e defendendo a expansão desses bens para os mais diversos setores sociais.

Art. 22. Na consecução dos direitos culturais da juventude, compete ao poder público: (...)VI - promover programas educativos e culturais voltados para a problemática do jovem nas emissoras de rádio e televisão e nos demais meios de comunicação de massa; VII - promover a inclusão digital dos jovens, por meio do acesso às novas tecnologias da informação e comunicação;(ESTATUTO DA JUVENTUDE, 2013, web).

Na „Seção VII – Do Direito à Comunicação e à Liberdade de Expressão”, o direito a se expressar e de consumir mídias é trabalhado mais detalhadamente, também com destaque especial para as “novas tecnologias da informação e comunicação” e para “promoção de redes e plataformas”. Para o Artigo 26, “[...] o jovem tem direito à comunicação e à livre expressão, à produção de conteúdo, individual e colaborativo, e ao acesso às tecnologias de informação e comunicação” (LEI 12852, 2013, ESTATUTO DA JUVENTUDE, web). Essa ideia é complementada e ampliada pelo artigo seguinte, que defende:

Art. 27. - A ação do poder público na efetivação do direito do jovem à comunicação e à liberdade de expressão contempla a adoção das seguintes medidas:I - incentivar programas educativos e culturais voltados para os jovens nas emissoras de rádio e televisão e nos demais meios de comunicação de massa; II - promover a inclusão digital dos jovens, por meio do acesso às novas tecnologias de informação e comunicação; III - promover as redes e plataformas de comunicação dos jovens, considerando a acessibilidade para os jovens com deficiência; IV - incentivar a criação e manutenção de equipamentos públicos voltados para a promoção do direito do jovem à comunicação; e V - garantir a acessibilidade à comunicação por meio de tecnologias assistivas e adaptações razoáveis para os jovens com deficiência(ESTATUTO DA JUVENTUDE,2013, web)

A ampliação do uso de computadores, celulares, *Smartphones* e outras plataformas tecnológicas inauguram, no Brasil da última década, um novo ambiente para oportunidades. Esses jovens vêm crescendo em uma sociedade em que se fortalecem as tecnologias digitais, havendo uma aceleração da difusão delas inclusive em direção às camadas populares<sup>38</sup>. Desta forma, estudar sobre esses „jovens digitais“, da época da internet e das múltiplas conexões tecnológicas, é fundamental não apenas para os representantes do poder público, mas também para fundações, pesquisadores universitários das mais diversas áreas do conhecimento e empresas de diversos setores; pois estes jovens significarão a continuidade e o futuro dos mais diversos campos sociais.

Nessa Dissertação, utilizaremos alguns dados de apoio retirados da pesquisa „Juventude Conectada“ (2014), idealizada pela Fundação Telefônica-Vivo e realizada em parceria com o „IBOPE<sup>39</sup> Inteligência“, com o Instituto Paulo Montenegro e com a Escola do Futuro – da Universidade de São Paulo (USP). De acordo com dados do próprio relatório, “a pesquisa tem como objetivo entender o comportamento do jovem na era digital e as transformações e oportunidades geradas a partir daí. Foram selecionados quatro eixos de investigação: educação, ativismo, empreendedorismo e comportamento” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p. 07).

Tendo objetivos semelhantes com nosso objeto de pesquisa, algumas informações serão importantes nesse primeiro momento de contextualização teórica e também, posteriormente, na análise dos dados coletados a partir de nossa pesquisa empírica. O Juventude Conectada (2014) “entrevistou 1.440 jovens, realizou 6 grupos de discussão em profundidade, fez o monitoramento de navegação de 10 jovens, além de entrevistas com 8 especialistas, captando reflexões e tendências” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p.07).

Todos os tipos de pesquisas sobre as juventudes passam a ser válidas e necessárias, seja no campo da Sociologia, Psicologia, ou, como faremos aqui, na área da Comunicação Social. Como frisa Tavares (2012), esse novo momento “[...] desafia a construção de uma metodologia explicativa desses fenômenos presentes nas orientações coletivas das juventudes” (TAVARES, 2012, p.189), criando a

---

<sup>38</sup> No tópico seguinte, serão apresentados dados coletados pelo IBGE, no PNAD divulgado em 2013, que comprovam esta afirmação.

<sup>39</sup> IBOPE: Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

necessidade de inovar e tentar entender essas realidades sob as mais diversas perspectivas. Talvez seja exatamente nosso desafio aqui: entender algumas das características dos jovens que vivem no século XXI e fazem uso das mídias digitais.

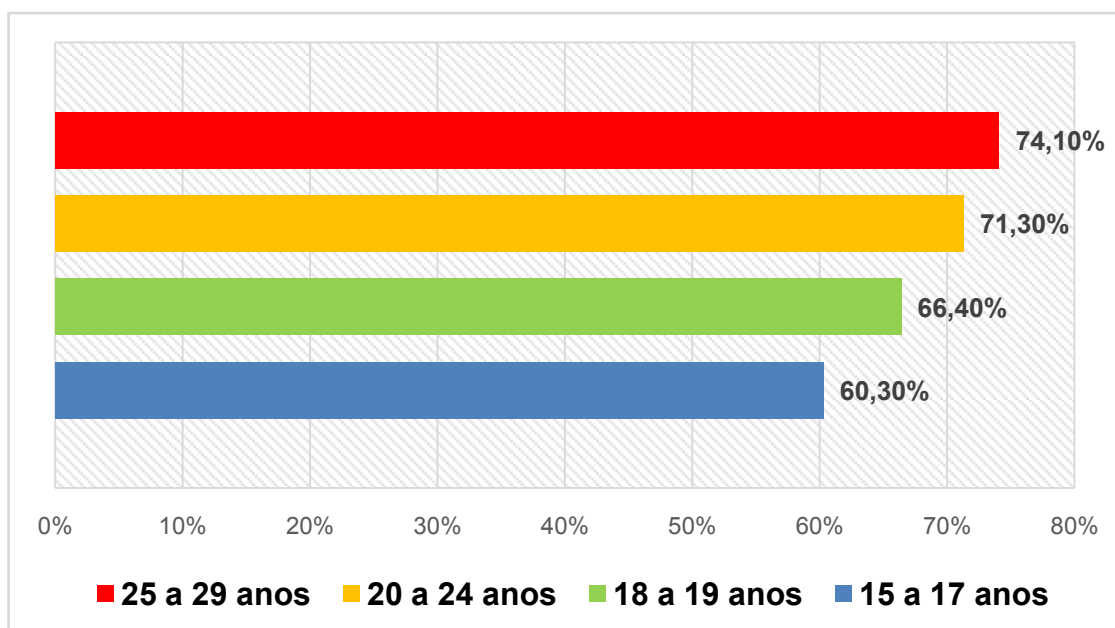
No Brasil, o acesso<sup>40</sup> à internet cresceu 143,8% entre a população com 10 anos ou mais de 2005 para 2011, enquanto o crescimento populacional foi de 9,7%, de acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/2011), divulgada no ano de 2013. O número, que em 2005 era de 20,9%, passou para 34,7% em 2008, para 41,6% em 2009 e para 46,5% no ano de 2011. Estimativas do IBGE mostram que esse número deve ser ainda maior na próxima pesquisa divulgada. Se levarmos em conta os dados do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), divulgados em 2013, percebemos que 48,1% dos domicílios brasileiros tinham pelo menos um computador em sua estrutura.

Porém, se analisarmos pelas faixas etárias mais jovens, especificamente no público de 15 a 29 anos, fica nítido que o acesso é relativamente alto, mesmo entre os mais novos, reforçando a teoria de que as juventudes atuam mais tecnológicas e têm buscado diversas maneiras para conseguir o acesso a essa nova realidade, ampliando seus canais de comunicação. Além disso, pensando na questão geracional, podemos observar uma tendência de fixação das mídias conectadas como prioridade das juventudes atuais. O Gráfico 1 evidencia o acesso à internet, especialmente na faixa etária abarcada nessa pesquisa.

---

<sup>40</sup> O estudo, feito com dados da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), foi divulgado no mês de maio de 2013 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2013/05/numero-de-usuarios-de-internet-e-de-pessoas-com-celular-cresceu-mais-de-100-no-brasil>, acesso em fevereiro 2015.

**Gráfico 1 - Acesso à Internet por faixa etária em 2011**



Fonte: PNAD 2011 – Elaborado pelo autor, 2014.

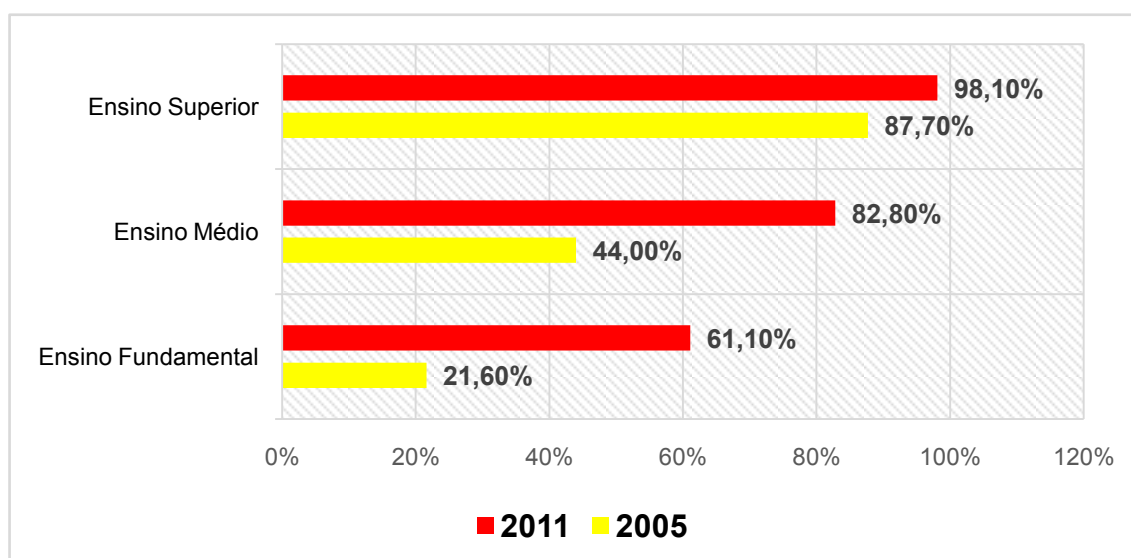
A popularização, expansão e busca pelo acesso à internet são nítidos. O levantamento do PNAD/2011 também aponta que quanto maior o número de anos de estudo, a inserção digital tende a ser mais elevada. Como pode ser previsto, as pessoas com menos anos de estudo apresentaram taxas muito menos expressivas quando ao acesso e ao uso da rede. Nota-se que, em 2011, das pessoas que tinham de 4 a 7 anos de estudo, apenas 33% acessavam a internet; dos que tinham de 8 a 10 anos de estudo, o número era de 51,2%; das pessoas de 11 a 14 anos de estudo, já temos expressivos 71,5%; e, por fim, para as pessoas que tem 15 anos ou mais de estudo (e certamente superaram a barreira do Ensino Superior), esse número chega a expressivos 90,2%.

Em 2011, a quantidade de pessoas que estava cursando o Ensino Superior e que tinham acesso à internet chegava muito perto de 100%<sup>41</sup>. Portanto, o aumento de jovens no Ensino Superior e a especialização para o mercado de trabalho podem gerar um aumento natural na quantidade de jovens que terão acesso a essas „novas“ tecnologias, tanto por questões financeiras quanto por necessidade e interesse gerados pela sua etapa de vida e a consequente necessidade de entrada no mercado profissional.

<sup>41</sup> Como podemos observar no gráfico 2.

Também podemos perceber o notável crescimento do uso entre os estudantes dos Ensinos Fundamental e Médio entre 2005 e 2011. Essa realidade mostra que vem havendo aumento no acesso e uma popularização das tecnologias digitais entre as gerações mais novas, criando condições para que cada vez mais jovens façam parte das „juventudes conectadas“. Os jovens que crescem familiarizados com essas tecnologias tendem a ter características de consumo de mídia muito diferentes das pessoas mais velhas de suas famílias, estando profundamente ligadas ao mundo online. O gráfico 2 mostra um considerável aumento do acesso à internet de 2005 a 2011, nas mais diversas faixas etárias; dividindo esses jovens pela etapa dos estudos.

**Gráfico 2 - Acesso à internet dos estudantes em 2005 e 2011**



Fonte: PNAD 2011 - Elaborado pelo autor, 2014.

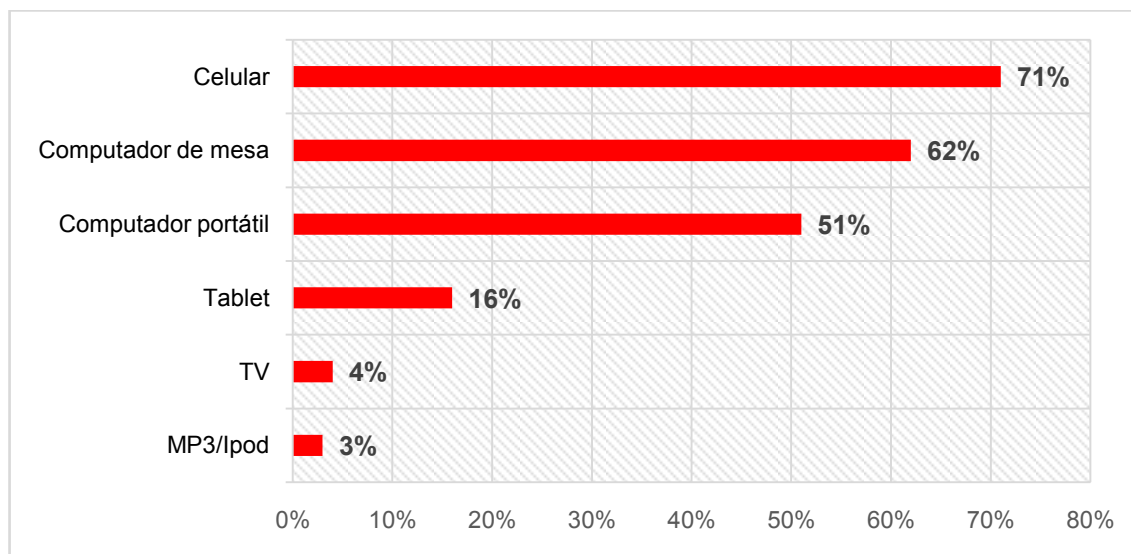
Se analisarmos separadamente os estudantes de instituições públicas e particulares, podemos perceber duas tendências distintas. Nas escolas particulares, o índice de acesso, que já era relativamente alto, tem crescido mais ainda, pois foi ampliado de 82,4% (2005) para 96,2% (2011). Já entre os alunos de Escolas Públicas, o aumento foi muito expressivo, pulando de 24,1% (2005) para 65,8% (2011). De acordo com as perspectivas apresentadas, esse número deve ser ampliado na próxima edição do PNAD a ser divulgada, em que serão analisados

dados de 2013, período em que provavelmente aconteça um fortalecimento dos dispositivos móveis e das conexões de internet.

Duas tendências apontadas pela pesquisa Juventude Conectada (2014), da Fundação Telefônica, mostram possíveis motivos para a ampliação do acesso à internet dentro das mais diversas classes sociais. Nos últimos anos, houve um barateamento dos custos de planos de internet móvel (conexões 3G e 4G) e principalmente, da internet fornecida em conjunto com pacotes de TV a cabo, que hoje é um dos fatores para que ocorra esse aumento do consumo, tanto em computadores tradicionais, quanto em notebooks ou dispositivos móveis (visto que muitas dessas operadoras fornecem modem com wi-fi já no pacote contratado).

Em dados, 32,8% afirmavam ter Banda Larga via TV a Cabo; 23% acessava a internet via Banda Larga telefônica (DSL) e, em processo de expansão, 18,3% dizem ter *Modem* de Telefonia Móvel. Com aproximadamente 10% cada, estão a Banda Larga via satélite e a Banda Larga via rádio e, de forma quase inexpressiva, apenas 1,5% afirma utilizar hoje a internet discada.

“Para os jovens internautas pesquisados, independentemente de gênero, idade e classe social, a internet é acessada tanto pelos computadores de mesa (desktops), quanto pelos celulares” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p. 45). Os dados apresentados mostram que 73% desses jovens ouvidos acessam a internet majoritariamente de suas residências. Porém, mesmo dentro do ambiente de suas casas, a pesquisa mostra que eles preferem os celulares. Isto porque “para esses jovens, o celular aparece como opção preferencial por permitir a conexão à internet a toda hora e em qualquer lugar” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p. 45). O gráfico 3 mostra quais equipamentos majoritariamente os jovens acessam a internet.

**Gráfico 3 - Uso de equipamentos de acesso à internet**



Fonte: Relatório Juventude Conectada, 2014, p. 42 – Elaborado pelo autor, 2014.

Se observarmos por camadas sociais, a “conexão à internet via celular é intensamente utilizada por jovens de todas as classes socioeconômicas: A (86%), frente aos das classes B (75%), C (69%) e D (54%)”. Nota-se que as classes C e D têm mais dificuldade de acesso via celular, em determinadas ocasiões, devido à dificuldade de adquirir planos de internet móvel das operadoras de celular (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p.43). Mesmo assim, quando perguntado qual é o “Equipamento de Acesso mais Freqüente à Internet”, notamos que, novamente, essa tendência se fortalece e 42% do total aponta o celular como o principal meio de acesso. O computador (desktop) aparece com 33%, computadores portáteis (notebook, netbook e laptop) com 22% e, com apenas 3%, os *tablets*, na última posição.

Os dados coletados pela pesquisa Juventude Conectada (2014), em uma análise detalhada das respostas obtidas, apresentam uma realidade curiosa. Em geral, os tipos de consumo e uso das mídias digitais são semelhantes nas mais diversas classes sociais, ou seja, as práticas preferidas e as mais fortes utilizações tendem a ser as mesmas. Porém, o que muda nitidamente é a intensidade de uso. “De modo geral, quanto mais baixa a classificação socioeconômica, mais alto se revelou o índice de não participação no uso das ferramentas digitais”. Quando as práticas são “[...] executadas pelo jovem de mais baixo status social, as suas

práticas são sempre menos intensas do que as dos jovens de classes socioeconômicas mais altas” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p.64), embora sejam práticas parecidas entre si. Mais detalhes são apresentados pelo quadro 1 a seguir.

### **Quadro Demonstrativo 1 - Influência da classe social nas práticas online**

	<b>PRÁTICAS QUE TÊM CORRELAÇÃO DIRETA COM A CLASSE SOCIOECONÔMICA</b>
✓	<b>Comércio eletrônico</b>
✓	<b>Serviços de localização</b>
✓	<b>Downloads</b>
✓	<b>Serviços online, principalmente os bancários</b>
	<b>PRÁTICAS SEM CORRELAÇÃO ÓBVIA COM A CLASSE SOCIOECONÔMICA</b>
✓	<b>Contas em redes sociais</b>
✓	<b>E-mails</b>
✓	<b>Participação em fóruns de discussão</b>
✓	<b>Criação e atualização de blogs</b>
✓	<b>Pesquisa na web</b>
✓	<b>Acesso a sites de notícias e de entrevistas</b>

*Fonte: Relatório Juventude Conectada, 2014 - Elaborado pelo autor, 2014.*

A partir dos dados anteriores, podemos afirmar que a expansão da internet e da vida online são, hoje, realidades constantes entre os jovens das mais diversas classes sociais e regiões do país. Porém, antes de estudarmos empiricamente o jovem que faz uso das mídias digitais, faremos uma reflexão sobre os novos processos comunicativos. Falaremos a seguir das redes construídas, das práticas online e das relações entre consumo, uso e produção de conteúdos por meio de tecnologias digitais.



### 3.3 Redes Juvenis de Comunicação

Parte considerável dos jovens conectados precisa de velocidade nas relações interpessoais, utilizandoas plataformas digitais como ferramenta complementar a sua própria vivência. Valoriza a extensão de suas redes interpessoais para o mundo conectado e, sem dúvidas, esse panorama tem alterado a própria relação desse grupo com os meios de comunicação (TAPSCOTT, 2010). Os pesquisadores Palfrey e Gasser (2011) complementam as ideias de Tapscott (2010)<sup>42</sup>, explicando como esse grupo muda o consumo de mídias, fortalecendo as práticas participativas e/ou interativas; saindo das mídias tradicionais, aos poucos, para migrar para o mundo digital e para as redes de conexão.

Esses garotos [e garotas]<sup>43</sup> são diferentes. Estudam, trabalham, escrevem e interagem uns com os outros de maneiras diferentes (...); eles leem blogs em vez de jornais. Com frequência se conhecem online antes de se conhecerem pessoalmente. Provavelmente nem sabem como é um cartão de biblioteca, que dirá terem um; e, se o tiverem, provavelmente nunca usaram. Eles obtêm música de graça online – com frequência de graça, ilegalmente; em vez de comprá-las em lojas de discos. (...) enviam uma mensagem instantânea em vez de pegarem o telefone para marcar um encontro mais tarde, à noite. (...). Os principais aspectos de suas vidas – interações sociais, amizades, atividades cívicas – são mediadas pelas tecnologias digitais (PALFREY; GASSER, 2011, p. 12).

O que temos observado é uma quebra nos padrões comportamentais de consumo cultural em relação às gerações anteriores nas mais diversas esferas da vida desses jovens conectados. A prática de ouvir rádio tem se enfraquecido, mas a música não tem perdido importância. As locadoras brasileiras têm perdido público a cada ano, mas as séries e filmes tem ganhado cada vez mais espaço na vida desses jovens. O estudo está cada vez mais dependente das plataformas e mídias digitais, reconfigurando as práticas tradicionais. Enfim, o modelo de uso e consumo de informações e bens culturais tem se alterado. As realidades conectadas, o *streaming*<sup>44</sup> e o consumo online ganham importância e mostram a relevância do objeto central da presente pesquisa.

---

<sup>42</sup> Ideias de Tapscott (2010) tratam das estreitas relações entre Gerações e Mídias; focando, especificamente na Geração Digital e em suas características.

<sup>43</sup> Marcação nossa.

<sup>44</sup> É quando um arquivo multimídia pode ser reproduzido online sem ser completamente baixado primeiro. Atividade de ouvir som e assistir vídeos diretamente da internet. TECHTERMS, 2015. Disponível em <http://techterms.com/definition/streaming>, acesso em junho 2015.

É característica desse público a estruturação de redes de contatos, nos mais variados espaços – principalmente digitais. Reforça-se a cultura de nichos, em que os jovens criam grupos de confiança e de interação próprios. “Eles estão desenvolvendo o que eu chamo de redes de influência na internet, especificamente via mídias sociais. Essas redes de influência estão expandindo o círculo de amigos que você pode ter” (TAPSCOTT, 2010, p.225).

Martin-Barbero (2008) faz questão de evidenciar que os jovens conectados latino-americanos, embora utilizem os ambientes tecnológicos para mediar parte considerável de suas interações, contradizem as visões apocalípticas de que a internet e as realidades digitais causariam isolamento, introspecção e afastamento dos ambientes sociais tradicionais.

Ainda que haja razões para esses temores, as pesquisas sobre os usos que os jovens fazem do computador traçam outro panorama. Como nos mostrou a investigação citada anteriormente, nem a dependência, nem o isolamento, nem a perda do sentido de realidade são a tendência mais viável. Em nossos países, a juventude que usa frequentemente a Internet segue igualmente frequentando a rua, curtindo festas nos finais de semana e preferindo a companhia ao isolamento. Há uma certa dependência, mas não é a única nem a mais forte e, claro, não é dessa que se morre, mas de outras, bem diferentes.(MARTÍN-BARBERO, 2008, p.23)

O quadro 2, apontado como uma das conclusões da pesquisa Juventude Conectada (2014), mostra que três das atividades mais procuradas por jovens de diversas classes sociais estão ligadas a processos de comunicação e interação com amigos ou grupos, via redes sociais (*Facebook*, *Twitter*), mensagens instantâneas (*Whatsapp*, *Facebook Messenger* e SMS) e troca de e-mail (tradicional ou em atividades como o *Yahoo Grupos* e o *Google Drive*).“A pesquisa revelou que as atividades realizadas na internet que mais atraem a juventude conectada brasileira são aquelas ligadas à comunicação interpessoal” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p. 51).

## Quadro Demonstrativo 2 - Atividades online da Juventude Conectada

+	ATIVIDADES MAIS PRATICADAS
✓	Acesso a redes sociais
✓	Conversas por mensagens instantâneas
✓	Troca de e-mails
<b>ATÉ 90% DOS JOVENS FAZEM UMA DESSAS ATIVIDADES MAIS DE UMA VEZ AO DIA, DIARIAMENTE OU QUASE TODOS OS DIAS</b>	
-	ATIVIDADES MENOS PRATICADAS
✓	Participar de fóruns de discussão
✓	Criar ou atualizar websites e blogs

Fonte: Relatório Juventude Conectada, 2014 - Elaborado pelo autor, 2014.

Ao mesmo tempo em que são acusados de estarem ausentes na mesa do jantar ou em um bar, por estarem manipulando seus dispositivos móveis, interagem com vários grupos e compartilham informações para um considerável número de pessoas - mostrando que talvez o modelo do que chamamos de “ausência” possaser apenas a “presença” no „mundo conectado“. O acesso às mais variadas fontes de informações, a facilidade na realização de compras via internet e o conhecimento/interação com diversas culturas têm ganhado espaço nas mãos desses novos agentes midiáticos. Os resultados da pesquisa Juventude Conectada (2014), publicada pela Fundação Telefônica, ressaltam essas características:

Importante notar que as possibilidades de busca, acesso e apropriação da informação, na realização de pesquisas escolares são fortemente percebidas e valorizadas por parte do jovem internauta. (...) O acesso à internet contribui ainda para conhecer outras culturas. É interessante constatar ainda que especialmente para os jovens internautas das classes socioeconômicas C e D que participam da pesquisa, um certo fascínio por outras culturas, como a coreana lhes chegam especialmente através da internet. Essas informações pelas novelas, músicas e games e que, inclusive, chegam a despertar o interesse pelo aprendizado de línguas estrangeiras (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p.59).

Nesse contexto, o pesquisador Joseph Straubhaar (2013) aponta para o fato de os jovens [e outros públicos] estarem cada vez mais expostos a diversas culturas por meio da internet e das mídias digitais, se apropriando delas de maneiras variadas. Além disso, novos arranjos midiáticos surgem e novas maneiras de se comunicar e aprender idiomas passam a ser realidade:

Também existem alguns novos fluxos de notícias globais (com novas operações como a Al-Jazeera em inglês), longas metragem (especialmente aqueles de Bollywood ou coproduzidos com Hollywood), música e alguns sites da internet, como YouTube, no qual material não norte-americano está rapidamente crescendo (Cohen e Küpçü, 2006). Existem novas formas de mídia que são globais, de maneira que ainda não articulamos completamente em teorias de mídia global, como a forma pela qual jovens em muitos países agora interagem em fala e texto em inglês através de tecnologias como jogos de interpretação massivos online como World of Warcraft ou mundos virtuais como Second Life. Esses estão agora se tornando tão globalizados que resultaram em 2009 em pedidos para propostas de estudos de várias agências norte-americanas, que estão tentando entendê-los como novas formas de comunicação globais (STRAUBHAAR, 2013, p. 76).

Os grupos de debates, a própria participação política [além da organização de movimentos sociais online], os ambientes de questionamento e o ativismo partidário têm se fortalecido e feito com que esses jovens tenham a impressão de que „ganharam voz“. No Brasil, isso pôde ser visto nas manifestações de junho de 2013, presentes em todos os estados do país - mobilizadas principalmente a partir do *Facebook* e de outras redes sociais- e nas eleições de 2014 para a Presidência da República. Dados da pesquisa Juventude Conectada (2014, p.149-150) mostram que mais de 62% dos jovens participaram de alguma mobilização social, sendo 35% delas organizadas majoritariamente via internet. Desta parcela, os que afirmam ter utilizado o *Facebook* como plataforma de apoio representam expressivos 89% (JUVENTUDE CONECTADA, 2014).

Sem dúvida, as relações interpessoais têm nesses jovens um novo modelo sendo criado. A própria conceituação entre o público e o privado passa a ser plano de fundo de um debate interessante, pois a história que esse jovem constrói durante sua vida, agora passa por um fator que não era típico das gerações anteriores. O que nas gerações anteriores ficava registrado em um diário, trancado com chave, hoje é público, é compartilhado, curtido e comentado (GOBBI, 2012,

web). Expor a própria rotina nas redes sociais é natural e necessário para parte desses jovens que se apropriaram fortemente dessas tecnologias.

Sendo assim, eles constroem uma identidade online, que é arquitetada pelas relações estabelecidas na internet; por meio de seus computadores ou dispositivos móveis (PALFREY; GASSER, 2011). Utilizam mídias sociais, produzem conteúdo online, participam de fóruns de debate e mergulham em atividades interativas, que se somam as suas relações e experiências interpessoais. Esse histórico de ações monta uma verdadeira biografia construída, sem que, em muitas vezes, o próprio jovem possa perceber (VILCHES, 2001). Mesmo em casos de simuladores de realidade virtual, como o *Second Life*, pode-se dizer que o jovem continua construindo sua identidade online. As interações realizadas nos jogos, as redes de contatos criadas, os diálogos e fluxos, as amizades feitas, mesmo que por meio de um avatar<sup>45</sup>, também fazem parte do “eu online” desse jovem digital.

Sua identidade compreende todos aqueles elementos de dados que são de algum modo revelados online a terceiros, seja ou não por escolha do jovem. Em termos simples, se a informação chega quando alguém procura seu nome no Google, ela é definitivamente parte de sua identidade digital. Se a informação está associada ao seu nome em um ambiente social como o Facebook, MySpace, studiVZ, CyWorld ou World of Warcraft – ainda que não esteja disponível para todos na rede – é obviamente parte de sua identidade digital [criada] (PALFREY; GASSER, 2011, p. 52).

Embora não seja nossa proposta a discussão desse processo, alguns desses jovens têm criado perfis construídos, falsos, chamados por eles de “fakes”. É como se pudessem simular uma nova realidade. Interagir no mesmo ou em outros ambientes virtuais como outra pessoa, estabelecendo relações dos mais diversos tipos e, em algumas vezes, utilizando essa prática para fugir da própria identidade. Constantemente, esses perfis têm sido utilizados para fins “sigilosos” (que, em algumas vezes configuram crimes), com a falsa sensação de ser e estar anônimo dentro destas realidades virtuais.

É uma geração em que se torna difícil falar em culturas dominantes, de elite ou popular. Hoje, é possível criar um blog e ter fãs que acompanham; compartilhar e produzir experiências via redes sociais; interagir com emissoras de rádio e televisão; adaptar e readaptar linguagens em um vídeo popular no *Youtube*,

---

<sup>45</sup> Imagem gráfica (personagem) escolhida por um utilizador (jovem) para o representar em determinados jogos e comunidades virtuais.

que pode fazer sucesso e trazer consequências (positivas ou negativas) e, até mesmo, criar o seu próprio canal de comunicação. Dados da pesquisa Juventude Conectada (2014) mostram que “[...] outra atividade bastante disseminada entre os jovens é criar e/ou postar conteúdos digitais como música, imagens, vídeos, fotos e filmes” (JUVENTUDE CONECTADA, 2014, p. 53). Isso pode ser comprovado pela imagem abaixo, retirada do Relatório.

**Figura 1 - Jovens que criam conteúdos digitais**



Fonte: Relatório Juventude Conectada, 2014, p. 53

O momento é único, em que a produção de bens culturais não é mais apenas exclusividades das mídias tradicionais. É possível estar conectado a aplicativos, com várias funções, em múltiplos dispositivos, todos diferentes entre si, quer na aplicação, formas de consumo, acesso, etc.; produzindo, interagindo ou apenas recebendo conteúdos. O leque de possibilidades é imenso e a juventude digital entende isso e tem conseguido lidar muito bem com esse contexto. “Ao contrário das gerações mais velhas, que cresceram de um pequeno grupo de redes, jornais e estúdios de cinemas, os Nativos Digitais [ou Imigrantes Digitais imediatos]<sup>46</sup> assumem seu papel como verdadeiros formadores de [processos comunicativos]” (PALFREY; GASSER, 2011, p. 145).

Tapscott (2010) e Gobbi (2012) defendem a ideia de que os jovens atualmente são basicamente colaborativos: Eles fazem o uso da interatividade e

<sup>46</sup> Embora a reflexão dos autores seja feita sobre as realidades estrangeiras, a relação comportamental e o ambiente midiático-digital tende a ter semelhanças [evidentemente que respeitadas as questões econômicas e sociais].

valorizam tal recurso. Não estão acostumados com processos unidirecionais de comunicação e têm considerável facilidade em assimilar novas tecnologias e de buscar ou produzir conteúdos utilizando as novas plataformas. Em seu artigo “Nativos Digitais: autores na sociedade tecnológica”, Gobbi (2010), discute o perfil da juventude e das crianças que tem crescido nessa nova realidade midiática:

Esses jovens fazem uso dos dois recursos utilizados pelas gerações anteriores. A televisão e a interatividade – propiciada inicialmente pela internet, muito antes do letramento (alfabetização). É a geração que associa o divertimento, a tecnologia; que aos três anos de idade tem aulas de computação e aos 5 procura vídeos no Youtube; brinca com Nintendo Wii, tem blogs e fotologs, diário digital e faz compras virtuais e redes de relacionamento, nos mais variados ambientes interativos. (...) Estes jovens estão acostumados com a interatividade, na acepção correta do termo. Também estão sendo criados para assumir o comando desde muito cedo. (GOBBI, 2010, p.31).

Nota-se, desta forma, que as relações que esses jovens estabelecem com as mídias e com a própria recepção de bens culturais é diferente da forma que seus pais e avós assimilavam. É nesse cenário de múltiplas possibilidades, onde o real e o virtual parecem não ter mais fronteiras, que se faz importante refletir um pouco mais sobre esses contextos. Diferente das outras gerações, que observavam meios impressos, radiofônicos e televisivos como espectador basicamente passivo, a nova geração quer comentar, curtir, modificar, fazer uma releitura, divulgar e interagir – mesmo que, às vezes, de maneira incipiente – com os criadores e curadores dos conteúdos.

Esse panorama online criado pelos membros dessa juventude digital, focada na apropriação de tecnologias, no consumo da internet e no uso de dispositivos móveis, reforça o que Jenkins (2009) chama de “cultura participativa”. Palfrey e Gasser (2011) tentam explicar esse contexto quando, afirmam que “[...] o que é diferente [...] é que participam dessa revolução criativa; aceitam tacitamente a falência da antiga hierarquia e estão provando sua capacidade para explorar as novas hierarquias que estão emergindo em seu lugar” (PALFREY; GASSER, 2011, p.145).

Reconhecendo a notável importância que os grandes conglomerados de mídia ainda têm na criação de conteúdos, Jenkins (2008) evidencia que os graus de interação e participação podem variar muito, de acordo com as individualidades de cada jovem. Porém, se antes os conteúdos criados dificilmente encaravam a rápida

interação ou o *feedback* instantâneo, hoje temos uma realidade bem diferente, em que esses jovens „consumidores“ utilizam os mais diversos dispositivos/aplicativos para analisar, debater, denunciar, comentar ou informar. Enfim, eles têm agora um papel diferente e muitas empresas de mídia tem percebido isso e valorizado, por exemplo, a interação com as mídias sociais.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como papéis separados, podemos agora considera-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações de mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 30).

As outras gerações passam a caminhar em direção à tecnologia e à internet, de maneira mais lenta e sendo auxiliados pelos próprios jovens nesse percurso. Todos esses processos citados fazem com que, pela primeira vez no âmbito midiático, esses jovens invertam o processo e ensinem os adultos, lembrando o conceito anteriormente trabalhado de “descontinuidade das gerações<sup>47</sup>”, que evidencia que os jovens também podem influenciar e ensinar as pessoas de gerações anteriores. Além disso, é importante frisar que essas relações interferem até nos próprios conteúdos midiáticos e nas formas de uso/interação que são estruturadas.

Hoje, ao invés de um hiato geracional existe uma „superação geracional“ – as crianças estão ultrapassando e sobrepujando os adultos no campo da tecnologia, „superando-os“ em muitas áreas da vida cotidiana. (...) No passado, os pais eram figuras de autoridade do que dizia respeito a qualquer coisa de valor real. A ideia de que a criança pudesse ser capaz de fazer algo novo, diferente ou realmente útil era considerada falsa. „Então pela primeira vez há coisas que os pais querem ser capazes de conhecer e fazer, e nas quais os filhos são, na verdade, a autoridade“ (TAPSCOTT, 2010, p.41)

Para Tapscott (2010), “[...] a sociedade jamais passou maciçamente por esse fenômeno, no qual a hierarquia do conhecimento é tão eficazmente virada de cabeça para baixo” (p. 41). Isto porque essa realidade tem se mostrado como uma

---

<sup>47</sup> Observado na obra de Foracchi (1972) e já trabalhado anteriormente nesse capítulo.



tendência, em que daqui para frente, as gerações mais novas ensinam e traduzem inovações tecnológico-digitais para as mais velhas. “É isso que realmente está acontecendo, e a situação tem se ampliado ao longo dos anos com o aparecimento de cada nova tecnologia – tal como aparelhos móveis e redes sociais”(TAPSCOTT, 2010, p.41).As juventudes, portanto,passam a ter esse importante papel de intermediário tecnológico.

Straubhaaret al (2015) trazem um olhar sobre esse contexto, evidenciando que os filhos [e/ou as gerações mais novas] realmente podem influenciar diretamente as suas famílias no consumo e uso de mídias e tecnologias. Os contextos de socialização e de transmissão de conhecimento têm se alterado e invertido. Para os autores, tal panorama entra em convergência, por exemplo, com a capacidade de indução política que os jovens podem ter sobre seus pais quando passam por um programa cívico em suas escolas. É inegável que o papel dos filhos [crianças e jovens] pode ser decisivo na chegada de novas tecnologias midiáticas nos mais variados ambientes familiares (STRAUBHAAR et al, 2015).

Younger people meet several characteristics in the definition of these interpersonal channels in the context of the diffusion of digital media within their families. Firstly, they tend to have more exposure to external communication than older generations by experiencing new digital applications via their school, work, and friends. Thus, they may serve as entry points for new ideas in their families. Also, children are accessible to their parents through face-to-face communication in informal settings (i.e., the household), which give them opportunities to exert influence. Although, according to the theory, change agents would be the companies and organizations that promote technological devices, children can also fulfill the role of a change agent by persuading their parents about the need for the new technology in the household, about their competence with digital media, and by developing empathetic strategies to motivate an interest in the technology (STRAUBHAAR et al, 2015, p. 486)<sup>48</sup>.

Detalhando a pesquisa realizada pelos autores, além das características frisadas acima, nota-se que a influência das gerações mais novas sobre seus pais,

---

<sup>48</sup> Tradução livre: “As pessoas mais jovens reúnem várias características na definição destes canais interpessoais de difusão das mídias digitais dentro de suas famílias. Em primeiro lugar, eles tendem a ter mais exposição à comunicação externa do que as gerações mais velhas, experimentando novas aplicações digitais através das suas escolas, trabalho e amigos. Assim, eles podem servir como pontos de entrada para novas ideias em suas famílias. Além disso, as crianças têm acesso a seus pais através da comunicação face-a-face em ambientes informais (ou seja, o ambiente familiar), que lhes dão a oportunidade de exercer influência. Embora, de acordo com a teoria, os agentes de mudança seriam as empresas e organizações que promovem a dispositivos tecnológicos, as crianças também podem desempenhar o papel de um agente de mudança, persuadindo seus pais sobre a necessidade de uma nova tecnologia em casa, sobre a sua competência com os meios de comunicação digitais, e através do desenvolvimento de estratégias de empatia para motivar um interesse na tecnologia”.

tios e avós, em grande parte das vezes, é maior entre as famílias de baixa condição socioeconômica. Isto acontece porque, nesse caso, as crianças e jovens estão mais expostos a fatores tecnológicos e às mídias digitais, por meio de sua escola, seus colegas e seu ambiente de convivência. Desta forma, são os „porta-vozes“ da alfabetização tecnológica em suas famílias, ensinando as gerações mais velhas a lidar com esses aparatos e mídias digitais (STRAUBHAAR et al, 2015).

Oanseio e o encantamento que muitos jovens têm por essas tecnologias não é, definitivamente, apenas uma questão de „*status*“. Eles buscam a tecnologia para terem acesso à comunicação e aos novos modos de se comunicar. Seja por computadores ou dispositivos móveis, os jovens conectados querem poder navegar nessa realidade tecnológica, aproveitando as potencialidades debatidas anteriormente.

Não se consome apenas pelo consumo, mas para estar conectado<sup>49</sup>; e, para que isso ocorra, eles buscam o modo mais fácil e mais simples para isso. Independentemente das barreiras sociais e geográficas, temos assistido a uma expansão digital na sociedade brasileira, principalmente a partir do barateamento dos dispositivos móveis – especialmente os *Smartphones*. Amplia-se, assim, a quantidade de jovens que podem conviver com as potencialidades desses aparatos tecnológicos e que podem vivenciar as chamadas „juventudes digitais ou conectadas“.

Enfim, para finalizar as reflexões do que aqui temos construído, traremos uma visão possível para se analisar essas juventudes digitais brasileiras. Os estudos sobre esses contextos ganham importância dentro de diversos setores ligados ao consumo juvenil, como as empresas de Marketing e Publicidade. Por este motivo, a Agência DM9DDB<sup>50</sup> encomendou uma pesquisa sobre os hábitos juvenis de consumo de mídias digitais e internet e lançaram no *Youtube* Documentário “Perfis Digigráficos: Introdução”<sup>51</sup> (2012), propondo perfis possíveis de consumidores digitais. “[...]no mundo digital, não dá pra classificar as pessoas somente por meio dos critérios convencionais, Com base nestes novos critérios, a DM9 adotou cinco perfis de consumidores digitais, que ganharam o apelido de Perfis Digigráficos” (DM9DDB, 2012, web), afirmam. As categorias propostas pela empresa foram:

---

<sup>49</sup> Para esta pesquisa, estar “conectado” significa ter a chance e o poder de se conectar com o mundo por meio das redes online e das tecnologias digitais. É ter a chance de utilizar estas mídias para poder falar a sua maneira, encontrando canais férteis para a comunicação e para a interação.

<sup>50</sup> Link para acesso à Agência de Publicidade DM9DDB: <http://www.dm9ddb.com.br/?p=1982>, Acesso em: maio 2015.

<sup>51</sup> O referido documentário tem mais de 116 mil visualizações.

**Imersos:** Tiveram parte de sua identidade definida a partir da tecnologia. Com ela, conseguiram “se encontrar”, definir melhor seus interesses e estabelecer melhores vínculos com o mundo. Suas personalidades e identidades foram definidas pela era digital, que os permitiu dar vida a mais personas.

**Ferramentados:** recorrem à tecnologia para agilizar as tarefas, mas não a idolatram. A tecnologia os ajuda nas tarefas cotidianas, facilitam suas vidas. Mas não dependem delas nem são definidos por elas. Esse grupo é um exemplo de como as pessoas redefiniram a maneira como se relacionam com família, escolas, empresas e governo.

**Fascinados:** querem parecer modernos e tecnológicos. Para eles, computadores, gadgets e hábitos da Era Digital são ícones da modernidade – e consumir essas novidades os ajuda a atestar que são antenados. Eles são um excelente exemplo de como o relacionamento com os outros foi bastante modificado.

**Emparelhados:** a tecnologia é fundamental para pôr em prática os projetos da vida. Eles enxergam a tecnologia como a grande companheira para fazer o dia a dia acontecer. Sem ela, a vida fica extremamente complicada. Para este grupo, as máquinas são como uma extensão do seu corpo, potencializando suas capacidades humanas.

**Evoluídos:** o universo das máquinas e da tecnologia é seu habitat. Esses são as crianças e os adolescentes que já nasceram adaptados e estão crescendo no mundo digital. Não conheceram o mundo pré-digital (DM9DBB, 2012, web).

Portanto, notamos que, mesmo entre os jovens, existem grupos profundamente heterogêneos, com diferentes níveis de renda, graus de intimidade com as ferramentas digitais e níveis de absorção de informações. O uso de tecnologias redimensiona as relações que estabelecemos com as mais diversas esferas sociais. Justamente por isso, não cabem aqui generalizações sobre esses jovens; e sim uma análise cuidadosa e uma verificação empírica de tendências apontadas pelas referências levantadas.

A partir disso, podemos enumerar um conjunto de esferas sociais que podem se alterar nessa nova era midiático-digital. Exemplos<sup>52</sup> são: a) *Esfera do Indivíduo*: identidade, ego e a própria personalidade (leitura do eu); b) *Esfera dos Outros*: seus relacionamentos afetivos, sociais e profissionais; c) *Esfera das Instituições*: o modo de lidar e se relacionar com a família, a escola [e os modelos de estudo], a obtenção de emprego, as relações com as mais diversas estratificações do Estado e sua relação com a própria mídia [reconfigurando as realidades de uso

---

<sup>52</sup> Reflexões criadas e auxiliadas pela Orientadora da Dissertação Profa. Adja. Maria Cristina Gobbi, com base nas discussões dos “Perfis Digigráficos”, da Agência de Marketing e Propaganda DM9DBB.

versus acesso]; e, por fim; e) *Esfera do Mundo*: as relações com o contexto do tempo e do espaço onde vivem todas as pessoas.

Nesse capítulo, fizemos uma reflexão sobre as relações entre os recortes geracionais e o consumo midiático, focando, especificamente nas juventudes e no uso de mídias e tecnologias digitais de comunicação. Discutimos práticas recorrentes, reconfigurações comportamentais, questões sobre a comunicação interpessoal e o próprio contato desse público com os bens culturais. Observamos a expansão dessa realidade no Brasil e o fortalecimento da internet e de dispositivos digitais nas mais diversas esferas e classes de nossa sociedade.

Agora, nossa intervenção empírica visa analisar se jovens da cidade de Bauru (SP) seguem estas tendências observadas na revisão de literatura e nas reflexões anteriormente construídas. Espera-se que as discussões sobre os resultados, oriundos da aplicação do questionário de verificação, permita a reflexão sobre o perfil dos entrevistados e sobre o comportamento midiático-digital destes grupos – assim observando se eles realmente têm práticas convergentes com as “juventudes digitais”. Por este motivo, a partir de agora trabalharemos o contexto, a metodologia e processo de aplicação e análise dessa pesquisa. Além disso, faremos um breve panorama sobre a população, as características e estatísticas sobre os jovens bauruenses.

## 4. DESCRIÇÃO DA PESQUISA

### 4.1 Apresentação de questões metodológicas

Utilizamos em nossa pesquisa uma abordagem qualitativa para análise do objeto proposto. Como afirmam Deslaueiers e Kérisit (2008), “[...] os fenômenos (...) da mudança, do inédito, da transição, não podem ser explicados pela regularidade, já que eles assinalam uma ruptura com as normas dominantes” (DESLAUEIERS, KÉRISIT, 2008, p. 131). Essa realidade é nitidamente aplicável ao estudo de um momento histórico em que o uso e o consumo dos meios de comunicação se alteram profundamente, dentro do panorama social criado pelo fortalecimento das juventudes e das mídias digitais.

Se eles têm como pano de fundo a estrutura social que nascem, é geralmente impossível retirar uma ampla amostragem do caso, em razão da própria natureza da variável que torna impossível um recenseamento da população. Daí a importância de três elementos que surgem constantemente com os estudos qualitativos: o contexto, a história (ou a diacronia) e a mudança social (DESLAUEIERS, KÉRISIT, 2008, p. 131).

A primeira etapa da pesquisa foi a realização de uma Pesquisa Bibliográfica e Documental, para a familiarização e entendimento dos conceitos e do cenário onde ocorrem. Por estarmos estudando questões sociais, em que os atores dialogam e convivem com os meios e com os contextos histórico-sociais, “[...] será usual que o pesquisador se refira a textos que não pertencem ao corpus científico próprio ao seu domínio de investigação” (DESLAUEIERS, KÉRISIT, 2008, p. 135). Sendo assim, buscamos na Sociologia e na Psicologia Social os primeiros indícios dos termos „gerações” e „juventudes”.

Só a partir de um entendimento eficaz dos significados e das diversas facetas existentes nesses termos, pudemos partir para a investigação de nosso objeto de pesquisa, pertencente ao campo comunicacional, sem correremos o risco de utilizar de forma inadequada ou fazer generalizações errôneas. Realizamos, também, uma Pesquisa Exploratória detalhadas em outras investigações sobre o mesmo tema, para levantar dados importantes e resultados que auxiliaram no processo de construção do conhecimento proposto nessa Dissertação.

É importante ressaltar que somente após uma revisão bibliográfica cuidadosa e a observação empírica do cenário histórico-social de hoje, buscamos a confirmação das tendências observadas nas leituras a partir de um questionário online semiestruturado com jovens que fazem uso da internet e outras tecnologias midiáticas. Para isso, escolhemos jovens da cidade de Bauru que são adeptos dos meios, veículos e mídias digitais como recorte. Objetivando atingir esse público, o questionário foi construído online, por meio da plataforma *Google Formulários*, e difundido por meio de redes sociais online para diversos grupos juvenis bauruenses. Faremos, em tópico seguinte, uma explanação sobre todo o processo de construção, estruturação e aplicação do questionário proposto pela presente investigação [tópico 4.2].

Desta forma, utilizando esse contexto, foi possível verificar tendências, sociabilidades e ter indícios do comportamento comunicativo-digital desses jovens que fazem uso das tecnologias, das mídias digitais e que têm interesse nos processos comunicativos. Deslaueiers e Kérisit (2008) explicam um caminho confiável possível para aplicabilidade das pesquisas qualitativas:

É preciso ler o que se escreveu sobre o tema e sondar os domínios teóricos que podem esclarecer a questão. Em seguida, (...) adquirir os conhecimentos topológicos; conhecer a história do meio social pesquisado, sua estrutura, sua ideologia. Por fim, eles realizam algumas entrevistas com os informantes a par da questão; ir a campo possibilita ao pesquisador adquirir um conhecimento mais próximo e também dar uma orientação mais precisa a sua pesquisa (DESLAUEIERS; KÉRISIT, 2008, p.135).

Para finalizar, foram analisados os questionários aplicados, sob a luz das observações e constatações feitas a partir da revisão de literatura. Assim, foram constatadas algumas práticas de uso, consumo e interações desses jovens nas mídias e tecnologias digitais, além do estabelecimento de um panorama do comportamento comunicativo-midiático-digital das juventudes estudadas como corpus de nossa pesquisa.

A pesquisa não objetiva fazer generalizações a partir dos dados empíricos, mas, ao contrário. A partir da revisão teórica e das últimas pesquisas, buscamos verificar se, para uma cidade localizada no interior do estado, essas características se mantinham [e o que se alterava], de forma a trazer uma mirada sobre o os jovens de uma cidade “grande”, localizada a certa distância do centro da

capital paulista. Sendo assim, a cidade de Bauru (SP) não foi escolhida apenas por sediar a universidade em que se desenvolve a pesquisa, mas também pela sua importância no estado de São Paulo e por ser notável polo juvenil [como veremos a seguir no tópico 4.1].

A Dissertação busca trazer a construção das imagens das “juventudes”, partindo dos jovens, buscando entender como eles se veem e se definem. Optou-se pela aplicação do questionário online em exercício de conhecimento sobre a visão passada pela revisão teórica e a construção prospectada por esses jovens conectados digitais. Por fim, é importante ressaltar que a pesquisa não tem a intenção de construir um „perfil” dos jovens, mas evidenciar os principais olhares trazidos pela bibliografia e como eles são vistos, sentidos e assinalados pelos jovens bauruenses, que participaram da presente investigação.

## **4.2 Breve introdução sobre a cidade de Bauru (SP)**

Bauru (SP), localizada no Centro-Oeste do estado de São Paulo, é polo central de uma das macrorregiões paulistas. Tem população total de aproximadamente 345 mil habitantes<sup>53</sup> e uma área total de 673,49 Km<sup>2</sup>. É uma cidade com bons índices de qualidade de vida, que tem IDH 0,801<sup>54</sup>[considerado muito alto] e uma Pirâmide Etária com características adultas (IBGE, 2010). Mesmo assim, podemos notar que os jovens compõem uma significativa parcela de 25,5% da população total, compondo importante recorte etário.

Esse panorama descrito reforça o interesse no estudo científico dessa faixa etária juvenil, somado a fatores como o de Bauru (SP) ser um polo de atração educacional [visto que está no centro de várias cidades menores e é conhecida como importante centro de universidades, faculdades e cursos técnicos, tanto públicos quanto particulares]. Para ilustrar mais esse panorama Bauruense, a seguir está a Pirâmide Etária e uma rápida descrição do contexto educacional, anteriormente citado.

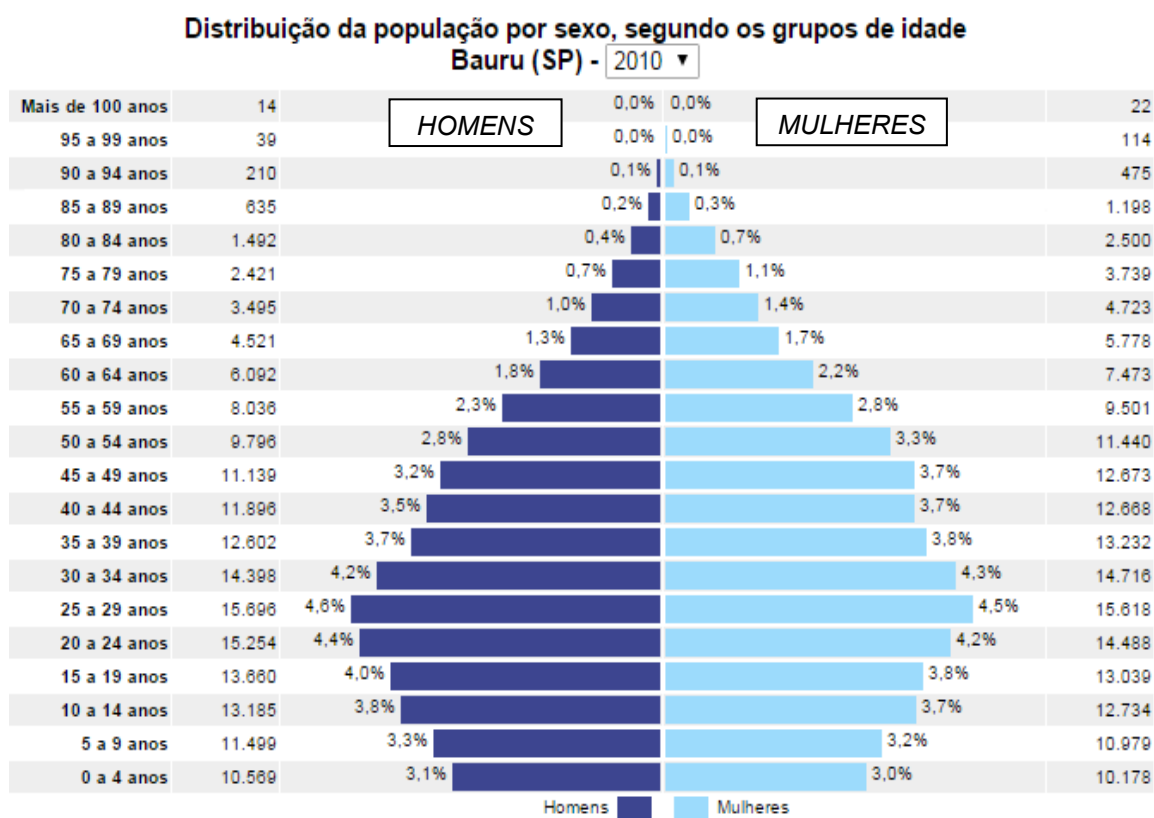
---

<sup>53</sup> De acordo com dados do IBGE, do Censo de 2010,

Link: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=35&dados=0>. Acesso: maio 2015

<sup>54</sup> Dados do IDHM 2013, divulgado pela ONU. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/idhm-2013/index.html>, acesso em maio de 2015.

**Figura 2 - Pirâmide Etária Oficial de Bauru (SP) - IBGE (2010)**



Fonte: Censo 2010, IBGE

Como pode ser observado no gráfico acima, na faixa etária dessa pesquisa [15 a 29 anos] existe uma quantidade um pouco superior de jovens do sexo masculino, com 13%. As mulheres totalizam 12,5%, evidenciando uma característica um pouco diferente dos dados totais, em que as mulheres são maioria na cidade de Bauru (SP), com 52% do total. Outro dado perceptível é a predominância de jovens mais velhos [de 25 a 29 anos], indicando uma tendência de diminuição na quantidade de filhos por mulher, que reflete na queda da taxa de natalidade e do número de crianças e adolescentes (IBGE, 2010).

A cidade apresenta bons índices para se viver. De acordo com pesquisa recente que analisou 5564 municípios do país, realizada pelo instituto *Delta Economics&Financeno* ano de 2014, Bauru (SP) é a 12º melhor cidade para se viver no Brasil, levando em conta 77 atributos [relacionados à qualidade de vida, educação, saúde, segurança pública, saneamento básico, economia e governança]. (EXAME, 2014, web). Embora um pouco piores, os dados do IDHM (Índice de



Desenvolvimento Humano Municipal)<sup>55</sup>, divulgados pela ONU em 2013, colocam Bauru entre as 50 melhores cidades para se viver no país [levando-se em conta todos os municípios]. Como já apontado anteriormente, tem IDH de 0,801, o que coloca o município como o 37º melhor do país e o 20º do estado de São Paulo.

Além de ser a cidade sede da Unesp [em que foi realizada a presente pesquisa] e da boa qualidade de vida da população, um dos fatores que nos levaram a estudar a cidade de Bauru (SP) foi a característica de ser um polo juvenil e universitário. De acordo com dados da Prefeitura Municipal de Bauru<sup>56</sup>, são cinco universidades, sendo duas estaduais (Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” [UNESP] e Universidade de São Paulo [USP]) e três particulares (Universidade Nove de Julho [UNINOVE]; Universidade Paulista [UNIP] e Universidade do Sagrado Coração [USC])

O município também conta com outras cinco faculdades, sendo uma estadual (Faculdade de Tecnologia de Bauru [FATEC]) e quatro particulares (Faculdade IESB [Instituto de Ensino Superior de Bauru - UNIESP]; Faculdade ITE [Instituto Toledo de Ensino]; Faculdade de Bauru [FB – UNIESP] e Faculdades Anhanguera). Além disso, a cidade possui outros cinco centros de ensino técnico-profissionalizante, sendo dois estaduais (Colégio Técnico Industrial [CTI-UNESP] e Escola Técnica Estadual “Rodrigues de Abreu” [Etec]) e três privados/fundações (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial [SENAC]; Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial [SENAI] e Liceu Noroeste).

Em 2012, a Região Administrativa de Bauru (SP) tinha aproximadamente de 31 mil matriculados, sendo 75% em instituições particulares e 25% em instituições públicas (SEMESP, 2012). Entre os 39 municípios que compõe essa região, é a cidade com mais matrículas no Ensino Superior, de acordo com informações do Mapa do Ensino Superior no Estado de São Paulo<sup>57</sup> (SEMESP, 2012). Embora dados atualizados sobre os universitários bauruenses em fontes

---

<sup>55</sup>Gráfico interativo sobre o IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal), com dados detalhados por cidades e baseado nos dados da ONU de 2013, pode ser encontrado na editoria de Economia do Portal de Notícias G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/idhm-2013/index.html>, acesso em maio de 2015.

<sup>56</sup> Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br/cidade/universidades.aspx>. Acesso em maio de 2015. Todos os dados sobre universidades, faculdades e centros de Ensino foram retirados do site da prefeitura municipal da cidade.

<sup>57</sup>SIMESP. Mapa do Ensino Superior no Estado de São Paulo. 2012. Disponível em: [http://www.semesp.org.br/portal/pdfs/publicacoes/mapa\\_do\\_ensino\\_superior\\_sp\\_2012.pdf](http://www.semesp.org.br/portal/pdfs/publicacoes/mapa_do_ensino_superior_sp_2012.pdf), acesso em maio 2015.

oficiais não tenham sido localizados<sup>58</sup>, ao se analisar a macrorregião, temos vários indícios sobre a sua liderança em matrículas, visto que [entre outros motivos] grande parte das cidades é de pequeno porte e não conta com instituições de Ensino Superior.

Sem dúvidas, o município é um polo de atração e fixação de jovens, tanto de estudantes que residem em cidades menores próximas, quanto os que chegam devido à aprovação em instituições de Ensino Superior [saindo, assim, de suas cidades de origem]. Justamente por este motivo, apresenta um mercado imobiliário ativo, com moradias coletivas [conhecidas popularmente como “repúblicas”] e apartamentos individuais. Além disso, também recebe diariamente movimentos pendulares, de estudantes de todos os níveis de ensino, que procuram acesso ao Ensino Superior, cursos pré-vestibulares [privados ou públicos] e, até mesmo, escolas de Ensino Fundamental e Médio.

Por fim, após apresentarmos algumas breves discussões sobre Bauru (SP), partimos agora para a pesquisa empírica. Para conhecer o comportamento midiático-digital e as sociabilidades de jovens bauruenses que utilizam a internet e outras tecnologias digitais, optamos pela aplicação de um questionário [online], cujo processo está descrito a seguir.

### **4.3 Questionário: da formulação à aplicação**

Os questionários aplicados foram pensados e estruturados para possibilitar a análise das juventudes, mirando tanto em características pessoais, em perspectivas e sociabilidades quanto, principalmente, nas práticas de uso e consumo de mídia. Evidentemente, o foco principal da pesquisa está no comportamento midiático-digital de nosso público e na forma que esse panorama se relaciona com os outros dados coletados na investigação e com a bibliografia de apoio utilizada.

---

<sup>58</sup> É importante frisar que, embora não tenhamos localizado outros dados oficiais e/ou de pesquisas atualizadas sobre o total exato de matriculados nas Universidades de Bauru, em momento nenhum podemos afirmar que eles não existem ou que não foram detalhados por alguma investigação. Ressaltamos que não foi encontrado o detalhamento por cidades no Censo do Ensino Superior feito pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas (INEP).

Após vários ajustes feitos e testes realizados<sup>59</sup>, chegamos ao questionário final com um total de 31 questões<sup>60</sup>, entre semiestruturadas e abertas, divididas em três partes. Em um primeiro momento, mapeamos os dados pessoais e o perfil dos entrevistados, a partir de questões globais sobre faixa etária, sexo, cor/raça, grau de instrução, atividades atuais [tanto emprego quanto estudo], dados sobre a infância e situação econômica familiar atual.

Em seguida, buscou-se verificar os comportamentos dos jovens inseridos no contexto midiático-digital, com perguntas específicas sobre os hábitos de uso e consumo das mídias e sobre a própria situação de ser jovem na era contemporânea. Foram abarcadas desde as práticas de lazer rotineiras, às formas de utilização das mídias mais importantes [como a televisão, o rádio, diversos espaços digitais, o computador ou as redes sociais online, etc.] e a intensidade de uso de cada uma delas. Além disso, foram aplicadas questões específicas sobre as práticas midiático-digitais e os comportamentos desses jovens diante das redes sociais e dos processos comunicativos no contexto das tecnologias digitais.

Por fim, para complementar o panorama construído pelas questões das duas primeiras partes, tentamos entender a atuação e participação política e social desse jovem na sociedade. Por meio de perguntas que visam constatar quais são os principais assuntos que geram inquietação, além do perfil político, suas demandas sociais e preocupações específicas, buscando assim trazer essas imagens para a construção da pesquisa, objetivando responder a questão central. Evidentemente, os dados coletados e os resultados foram analisados tendo como foco o uso das mídias e das tecnologias digitais, amparados pelo perfil geracional tratado na revisão teórica.

Sendo assim, tendo sido explicada a metodologia proposta e alguns de nossos objetivos, seguiremos agora para um maior detalhamento sobre o processo de formulação, aplicação e de coleta de dados do questionário. É importante especificar todos os caminhos escolhidos para essa pesquisa, visto que foram pensados e discutidos para garantir toda a confiabilidade científica necessária e resultados que realmente atendessem aos objetivos pré-estabelecidos.

---

<sup>59</sup> Por meio de produções científicas feitas para Eventos Científicos e outras produções acadêmicas.

<sup>60</sup> O questionário utilizado está anexado ao fim dessa Dissertação de Mestrado, juntamente com a imagem de como ele ficou publicado na plataforma Google Drive.

Por se tratar de uma pesquisa sobre jovens que utilizam e consomem mídias digitais e que, majoritariamente, tem acesso à internet, o modelo de aplicação proposto buscou entrar em consonância com tal contexto e com o próprio objeto central da pesquisa. Utilizar uma plataforma online que fosse capaz de coletar e gerar dados para análise foi considerado pelos pesquisadores como algo adequado às demandas da pesquisa. Esse modelo permitiu que a divulgação do *link*<sup>61</sup> fosse, em grande parte, feita em canais online, via redes sociais [especialmente em grupos do *Facebook* juvenis e/ou estudantis para jovens da cidade de Bauru], além de canais de comunicação interpessoal, como o *Whatsapp* e outros aplicativos para *mobile*.

Para a coleta, escolhemos uma ferramenta disponibilizada gratuitamente pelo Google, que atendeu às necessidades do questionário proposto e da própria investigação em construção. É válido frisar que toda a estrutura do formulário havia sido pensada anteriormente em documento de texto [off-line] e apreciada no Exame de Qualificação da presente Dissertação, em que foram feitos apontamentos importantes para o direcionamento dado na pesquisa. Sem dúvidas, a aplicação via *Google Formulários* garantiu ampla divulgação para um público heterogêneo<sup>62</sup> e a segurança na tabulação dos dados, sempre visando à confiabilidade acadêmica e a exatidão nas análises propostas.

Respeitando a idade estabelecida pelo “Estatuto da Juventude” (2013), decidimos utilizar exatamente o recorte proposto pela Lei e possibilitar que jovens de 15 a 29 anos respondessem a pesquisa. Justamente por buscarmos dados de todas as „faixas etárias” que compõe o bloco juvenil, acabamos não especificando apenas um ambiente de aplicação ou um grupo específico, embora sabendo que há outras opções. Decidimos, então, permitir que não só universitários participassem, como também jovens estudantes de Ensino Médio ou não estudantes, ampliando o foco para contemplar mais realidades da faixa etária escolhida.

A coleta ocorreu via formulário online e a participação foi aberta para jovens na faixa etária de 15 a 29 anos, sendo essa a questão de seleção do escopo da pesquisa. Ou seja, ao entrar no questionário, além do Termo Livre Esclarecido e

---

<sup>61</sup> Disponível em:

<https://docs.google.com/forms/d/1yeoZg1Jh1R2c3MpxXVWid-LcO4RySgiiL1okibuhzaY/closedform> , acesso em junho 2015.

<sup>62</sup> Como poderemos ver a seguir quando observarmos a idade e o grau de instrução de nossos entrevistados.

da autorização dos pais/responsáveis para casos de menores de 18 anos, o respondente só tinha acesso às perguntas caso fizesse parte do recorte de idade selecionado.

Não temos também o objetivo de, como especificado durante as descrições metodológicas, fazer um „recenseamento“ ou de criar dados que possam ser generalizados para toda a cidade [juventudes] de Bauru (SP) – e, muito menos, para realidades nacionais. Nossa intenção é de confrontar os resultados com os dados coletados através de outras pesquisas realizadas e verificar se esse panorama também desenha o quadro das juventudes bauruenses; apontando para possíveis especificidades e características, talvez fruto da diversidade das juventudes, já mencionadas nos capítulos anteriores.

Por fim, para atingir os objetivos explicitados, foi definido que o questionário ficaria aberto para receber respostas por 15 dias, em divulgação de fluxo contínuo via *Facebook* e *Whatsapp*[além de outras redes sociais online]. Totalizamos 250 respostas no período de 18/05/2015 a 03/06/2015 e construímos os resultados a partir da criação de tópicos específicos e da análise dos dados obtidos. Utilizamos o Excel<sup>63</sup> para formulação de tabelas e gráficos. Também essas análises primaram pelo cruzamento das respostas, buscando atender aos objetivos propostos e responder à questão central formulada.

---

<sup>63</sup> Programa do pacote Microsoft Office, do Windows.

## 5. UMA MIRADA SOBRE AS JUVENTUDES E OS COMPORTAMENTOS MIDIÁTICO-DIGITAIS

A partir da sistematização e da observação dos resultados obtidos, tivemos acesso a um amplo leque de dados. Por este motivo, decidimos pela categorização das informações em três partes, facilitando a exposição e a construção das análises sob a luz das teorias anteriormente trabalhadas. Embora a divisão aqui proposta não siga exatamente a ordem utilizada no questionário, sem dúvidas, a hierarquização das questões foi de grande ajuda no processo para que conseguíssemos tabular e iniciar a discussão de forma coerente.

A topicalização e a categorização foram pensadas para facilitar a construção do raciocínio científico e para que contextos diferentes não se misturassem ou não fossem considerados nas análises. Inicialmente, trabalhamos a apresentação dos jovens que responderam a pesquisa, no que concerne a suas características pessoais e demandas político-sociais. A partir daí, construímos uma exposição e um debate sobre as práticas comunicacionais gerais desse público e, especialmente, suas características midiático-digitais, mais especificamente na utilização e apropriação das novas tecnologias de informação e da comunicação.

Acreditamos que com essa proposta de análise, foi possível a construção de uma linearidade adequada para o entendimento das discussões realizadas. Além disso, nos primeiros tópicos acerca do público estudado, e de suas principais características, foi possível oferecer maior detalhamento para, posteriormente, apontar e refletir sobre as relações entre esses jovens e os ambientes midiáticos e digitais em que convivem e interagem, muitas vezes, cotidianamente.

Assim, dada essa categorização macro, os resultados foram subdivididos e inseridos em três tópicos complementares, mas que ofereceram recortes específicos dentro da temática central. A primeira categoria é a descrição do público, seguida de breve análise das características gerais dos jovens participantes da pesquisa. Aqui, questões como faixas etárias, raça/etnia, escolaridade, histórico e renda foram discutidas para que fosse possível estabelecer quais são as demandas desse público, além de delimitar como e quais desses fatores podem ser decisivos para uma análise mais ampla sobre as juventudes e suas práticas midiático-digitais.

Em seguida, a última etapa primou pelas questões diretamente relacionadas às ideias de juventudes, desde a possível constatação de haver [ou não]

identificação desse público com a ideia de „ser jovem“, até algumas reflexões sobre quais são as preocupações do dia-a-dia, as atividades de lazer e anseios político-sociais. Com essas indagações, acreditamos ter sido possível conhecer mais profundamente as identidades e, principalmente, o protagonismo juvenil ali existente.

Para finalizar, foi realizada uma análise sobre as preferências comunicacionais e midiáticas desses jovens, projetando um mapeamento sobre quais são as mídias mais utilizadas, quais são as relações dessas juventudes com os ambientes comunicacionais e com as tecnologias digitais e, principalmente, de que forma essas mídias alteram as questões de sociabilidades e de participação político-social. É nesse tópico que dialogamos de maneira mais crítica com as reflexões teóricas apresentadas e que foi possível conhecer mais sobre os comportamentos midiático-digitais desse público, atingindo, assim, os objetivos centrais dessa pesquisa.

### **5.1 Descrição do público da pesquisa**

O grupo analisado é composto por 250 jovens, que tem entre 15 e 29 anos, e que residem na cidade de Bauru. Por ser um questionário aplicado por meio on-line, percebemos que esses jovens têm alguma afinidade com a internet, com as tecnologias digitais e, também, oportunidades de conexão e acesso na web. Todos puderam ter contato com a divulgação do link para o questionário [realizada via mídias sociais] e responderam através de algum dispositivo conectado.

Embora possamos notar alguns pontos de intersecção entre os perfis dos jovens participantes, pode-se perceber uma grande diversidade de público, tanto em relação às faixas etárias, quanto na formação acadêmica. Também notamos um equilíbrio em relação ao sexo e uma nítida predominância de jovens de classe média, como mostraremos a seguir. Além dessas variáveis, diversas outras questões foram construídas para que pudessemos entender qual é a composição do público estudado e quais são as principais relações entre essas diversas categorias.

Sendo assim, neste tópico, há uma série de reflexões sobre questões mais gerais, descrevendo os perfis constatados e apontando relações e possíveis ligações entre eles. Apresentamos os dados totais, também divididos por faixa etária, para que seja possível compreender de maneira mais objetiva os contextos, fortalecendo o diálogo acadêmico e as análises realizadas.

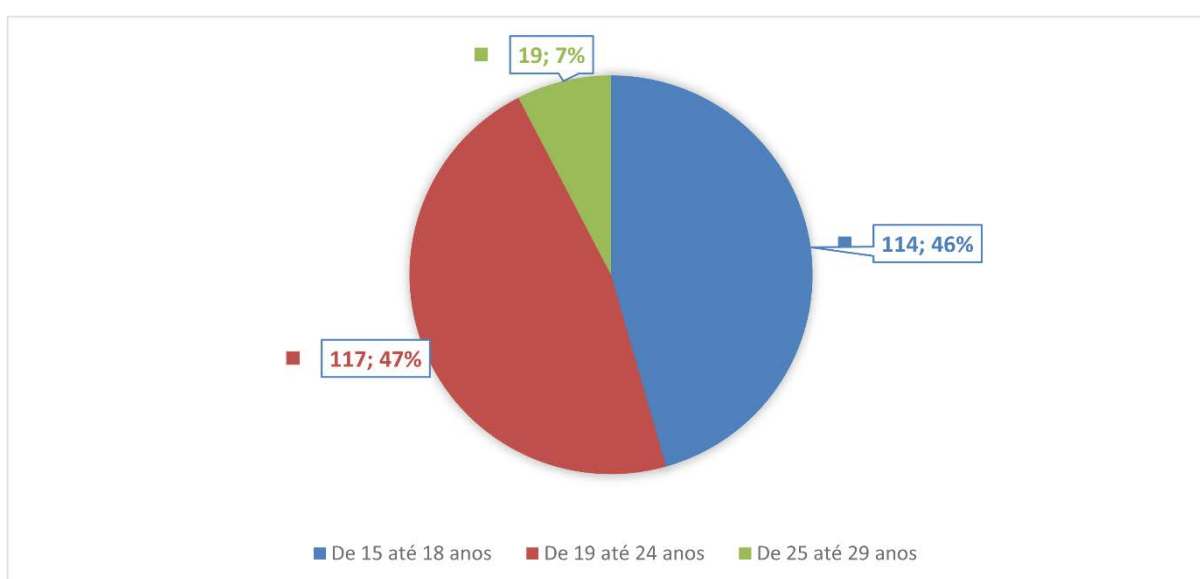
### 5.1.1 Sexo, Cor/Raça e Faixas etárias

Estabelecemos parâmetros quanto à faixa etária, uma vez que dividimos o público em três grupos de idades diferentes. Assim, ao aceitarmos respostas de jovens de 15 a 29 anos, idade regulamentada pelo Estatuto da Juventude, obtivemos um público bastante heterogêneo, com diferentes demandas e características, se considerado apenas esse perfil.

Para dividir a pesquisa em grupos etários, tomamos como base a divisão proposta pelo IBGE e a pesquisa „Juventude Conectada“, incorporando algumas pequenas alterações metodológicas, a partir das necessidades observadas na presente pesquisa. A primeira faixa etária estabelecida foi a de jovens de 15 a 18 anos, idade de transição da adolescência para a maioridade. A segunda, de 19 a 24 anos, traz os jovens que, majoritariamente, recém ingressaram em ambientes educacionais pós-escolares e/ou no mercado de trabalho e, por fim, os jovens de 25 a 29 anos que, tradicionalmente, são cobrados de mais responsabilidades, já sendo vistos como adultos por grande parcela da sociedade.

O Gráfico 4 apresenta a distribuição etária do público, a partir das três faixas etárias definidas.

**Gráfico 4 - Respostas por Faixa Etária**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

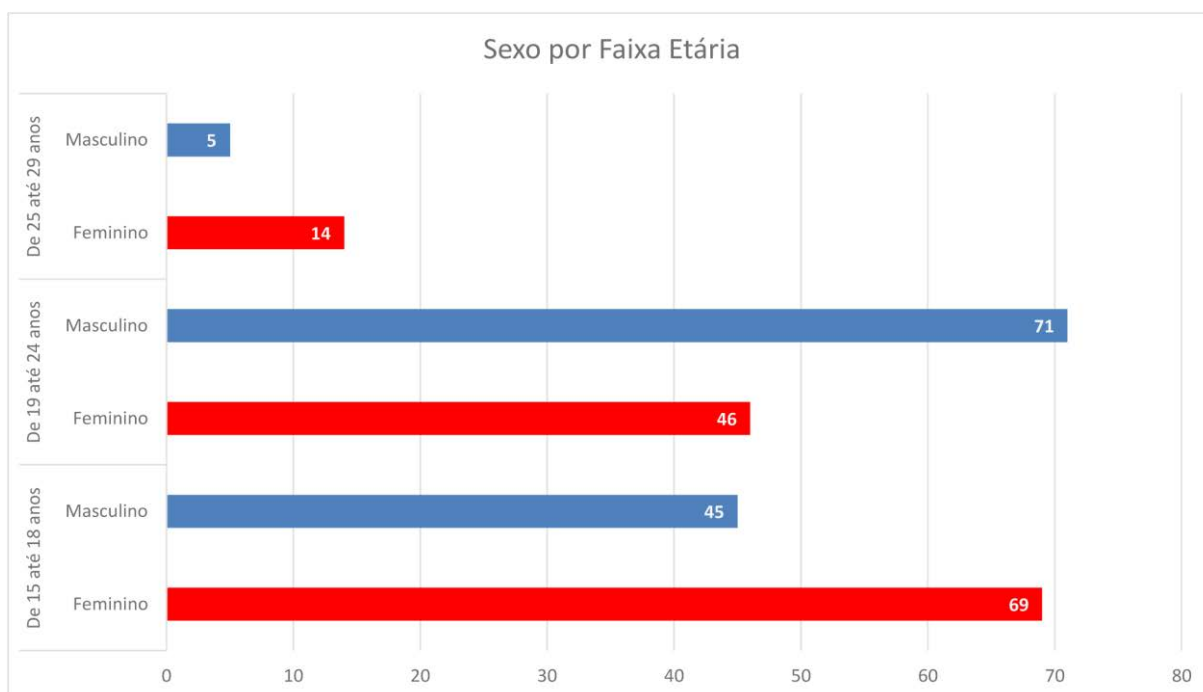


Houve uma predominância de dois desses recortes especificamente. De 15 a 18 anos, tivemos 114 respostas, totalizando 45,6% do total. Já entre os jovens de 19 a 24 anos, esse número foi de 117, ou 46,8%. Esse equilíbrio é bastante interessante, evidenciando uma minoria de respondentes de 25 a 29 anos, totalizando apenas 19 respostas, ou 7,6% do total.

O método de difusão e divulgação proposto no questionário e o próprio tempo dedicado à internet e às redes sociais de cada grupo etário podem ter sido decisivos para que as respostas tenham predominância nos grupos mais novos. Essas questões vão poder ser observadas de maneira mais cuidadosa a partir da análise de outras variáveis e, posteriormente, ser melhor trabalhadas em outros tópicos.

Ampliando a descrição para outros fatores, pudemos notar um perceptível equilíbrio numérico em relação ao „Sexo“ dos entrevistados, com um total de 129 pessoas do sexo feminino (51,6%) e 121 do masculino (48,4%). Para facilitar a observação dessas tendências, o Gráfico 5 detalha esta distribuição.

**Gráfico 5 - Sexo por Faixa Etária**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

O gráfico acima está padronizado pelo número de respostas totais, e não por porcentagem. Adotamos tal padrão por considerarmos importante ressaltar os

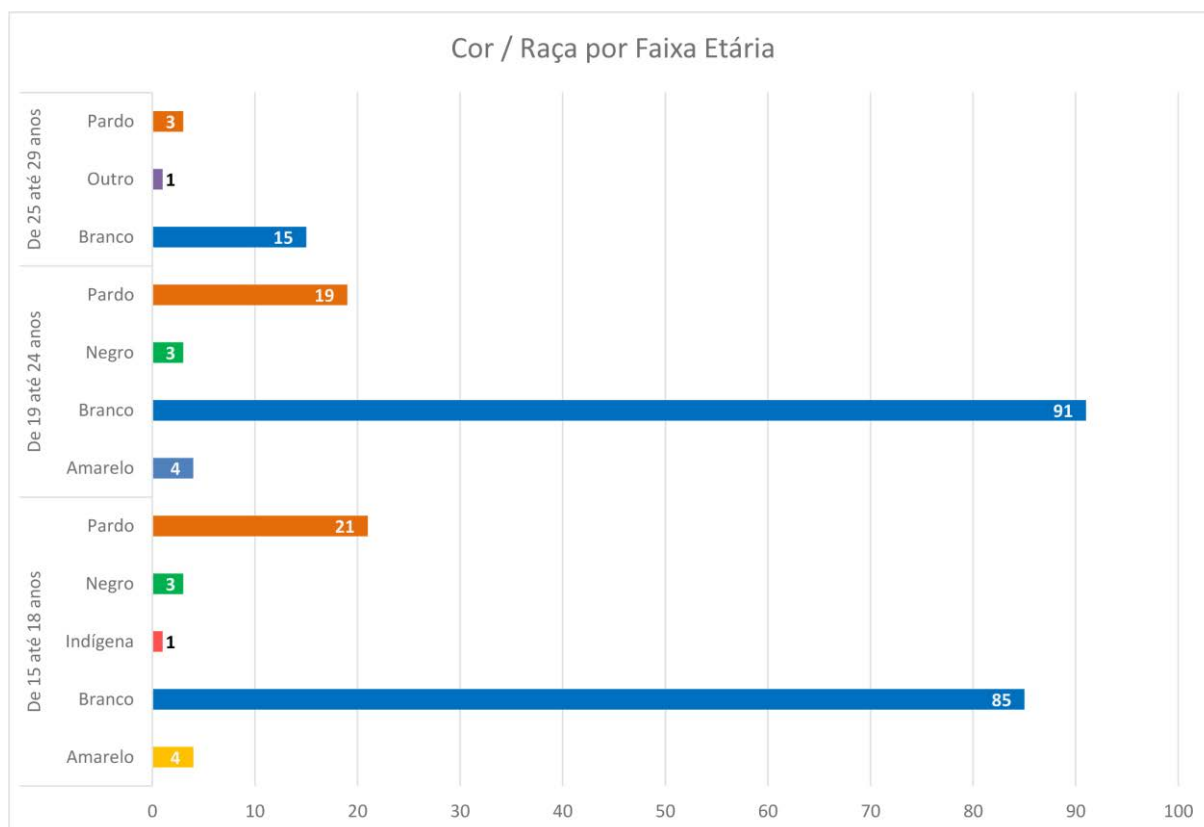
dados numéricos de cada variável, para que as diferenças fossem melhor observadas e os paralelos traçados de maneira mais simples e objetiva. Assim, ao longo da pesquisa optamos por apresentar em porcentagem, majoritariamente, os dados totais referentes as 250 respostas.

Analisando a realidade por faixa etária, foi possível notar um curioso equilíbrio em relação aos diferentes recortes etários, visto que temos uma predominância de mulheres nas faixas etárias de 15 a 18 anos e de 25 a 29 anos, e de homens na de 19 a 24 anos. Sendo assim, ao analisarmos o gráfico e refletirmos sobre a predominância de um determinado sexo nas faixas etárias, percebemos que não se pode afirmar objetivamente se as diferenças podem interferir nos resultados gerais.

Sobre identificação étnica, baseando-se nas nomenclaturas utilizadas pelo IBGE no Censo, foi proposta uma questão em que cada respondente podia fazer a sua autodeclaração de cor (e/ou raça), com o único propósito de conhecermos melhor as características dos jovens atingidos pelo questionário.

Neste tema, foi surpreendente a predominância dos jovens que se autodeclararam „Branco”, sendo 191 jovens (76,4% do total) os que assinalam tal opção. A segunda posição, os que se declararam „Pardo”, ficou bastante distante com 43 respostas, ou seja, apenas 17,2% do total. Também é interessante a pequena quantidade de jovens que se autodeclararam „Preto”, totalizando apenas seis respostas (2,4% do total), ficando atrás, até mesmo, de quem assinalou a opção „Amarelo” (oito pessoas, e 3,2%); e a frente apenas das alternativas „Indígena” e „Outros” (com uma resposta cada). Se observarmos essa realidade dividida por faixa etária, vamos notar que essa tendência se mantém.

Gráfico 6 - Cor / Raça por Faixa Etária



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Observando a divisão proposta por faixas etárias, notamos uma padronização na distribuição étnica. Todavia, a atenção central da presente pesquisa não é debater esse tema tão complexo e nosso corpus não prevê generalizações. Tal dado gera surpresa, visto que, mostra uma diferença percentual considerável em relação aos parâmetros nacionais, que apontam para uma maioria de população negra e parda, se somadas. O PNAD (2011)<sup>64</sup> mostra que temos 47,8% de „brancos“, 43,1% de „pardos“ e 8,2% de „pretos“ na população brasileira, sendo apenas 1% autodeclarados „amarelo ou indígena“. Assim, podemos afirmar que, como a grande maioria das três faixas etárias se declarou como „branco“, essa pode ser considerada uma característica do público estudado.

A princípio, foram levantadas duas hipóteses sobre esses dados. Por um lado, é possível pensar na distribuição socioeconômica e na concentração de renda nacional, que não permitem o acesso [a tecnologias e mídias digitais] nas mesmas

<sup>64</sup> Pesquisa geral por amostra de Domicílios. Distribuição por cor/raça. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000010135709212012572220530659.pdf>, acesso em junho 2015.

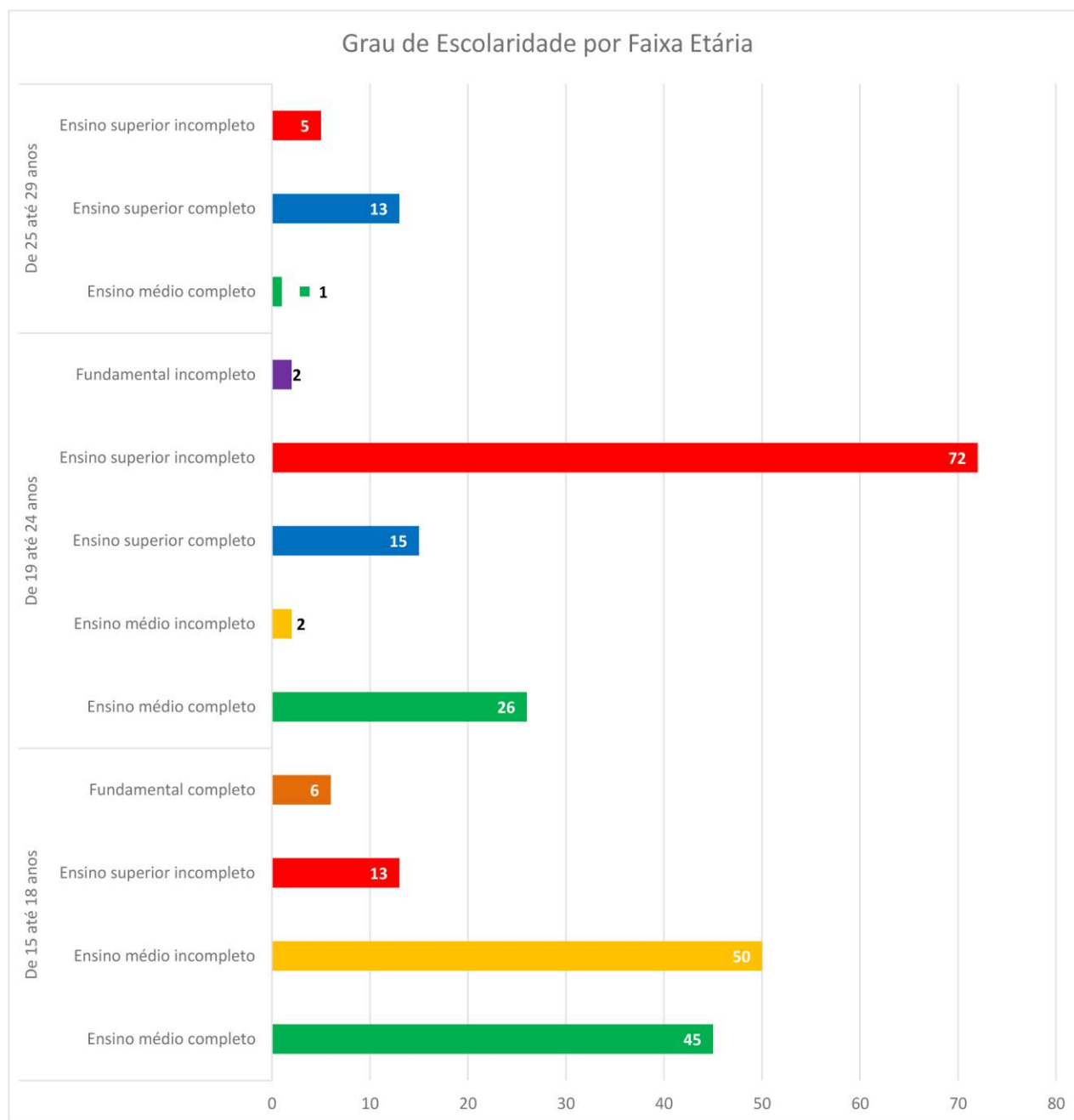
proporções – e que, evidentemente, esbarram na questão étnica, visto que a população negra e parda é maioria nas camadas mais pobres da população (IBGE, 2010). Mas, por outro ângulo, é possível discutir a resistência que parte da população jovem pode ter para se autodeclarar „preto” e/ou „pardo” [explicado, evidentemente por questões sócio-históricas]. Para buscarmos mais detalhes sobre tais tendências, posteriormente, chocamos a declaração de etnia com dados de renda na infância, renda atual, escolaridade e empregabilidade.

Após a apresentação de dados gerais sobre idade, sexo e cor, passamos a outras descrições. A partir deste momento, faremos um mapeamento da formação acadêmica desses jovens. Buscamos observar as questões de renda familiar, sobre moradia, acesso ao emprego e continuidade dos estudos.

### **5.1.2 Questões educacionais e trabalhistas**

Inicialmente, analisaremos qual são as características acadêmicas dos jovens investigados. Houve grande variedade de formações acadêmicas, evidenciando que não há concentração de apenas um determinado tipo de público. Para nossa pesquisa, isso é interessante, porque permite um mapeamento mais amplo das questões relacionadas às juventudes aqui estudadas.

Falando em dados totais, temos a distribuição organizada da seguinte maneira: Ensino superior incompleto com 90 respostas (36%), seguido por Ensino médio completo com 72 (28,8%); Ensino médio incompleto com 52 (20,8%); Ensino superior completo com 28 (11,2%) e, por fim, seis pessoas com Fundamental completo (2,4%) e apenas duas com Fundamental incompleto (0,8%). Quando observamos a divisão da escolaridade pelas faixas etárias, podemos perceber que elas estão totalmente relacionadas, como mostra o Gráfico 7.

**Gráfico 7 - Grau de escolaridade por Faixa Etária**

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

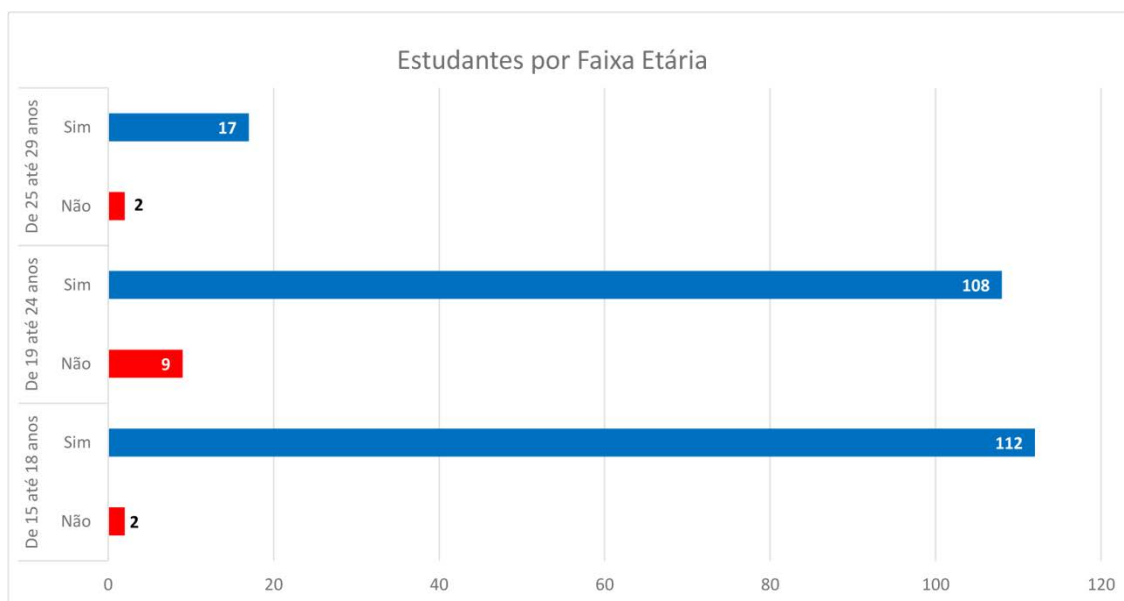
Ao analisar a faixa de 15 a 18 anos, notamos uma predominância de jovens que estão cursando o Ensino Médio (com 50 respostas), seguido pelos que acabaram de concluir os estudos no Ensino Médio (45 respostas). Outras 11 pessoas afirmaram ter o Ensino Superior incompleto, ou seja, jovens que ingressaram na universidade logo após a conclusão dos estudos básicos. Sendo

assim, percebemos que a maioria dos respondentes está na idade adequada para a conclusão dos estudos escolares e para o ingresso em ambientes universitários.

Entre os jovens de 19 a 24 anos, percebemos a valorização da formação acadêmica, visto que a maior parte ressaltou já ter frequentado ou ainda frequentar o Ensino Superior. São 72 respostas, de um total de 117, que dizem já ter ingressado na etapa universitária, ainda sem conclusão, e outros 15 entrevistados que afirmaram ter o Ensino superior completo. A universidade, nitidamente, se mostra um espaço importante para esse público. Apenas 25 tem apenas o Ensino Médio completo

Se observarmos as 19 respostas da faixa de 25 a 29 anos, a tendência apresentada nos parágrafos anteriores se fortalece mais ainda. Isto porque 13 pessoas afirmaram já terem concluído os estudos universitários e outras cinco evidenciam que estão cursando o Ensino Superior. Há apenas uma resposta de um jovem que tem apenas o Ensino Médio completo.

Notamos, portanto, que o público que respondeu a pesquisa, tem acesso à formação acadêmica e costuma dar continuidade aos estudos após a conclusão da Educação Básica, valorizando, assim, a formação universitária. Tal assertiva é reforçada quando observamos a quantidade de pessoas que se declaram como „Estudantes“, em cada uma das faixas etárias. Ao observarmos os números totais, vemos que 237 pessoas (quase 95% do total) responderam que são estudantes e apenas 13 (5%) afirmaram que não são.

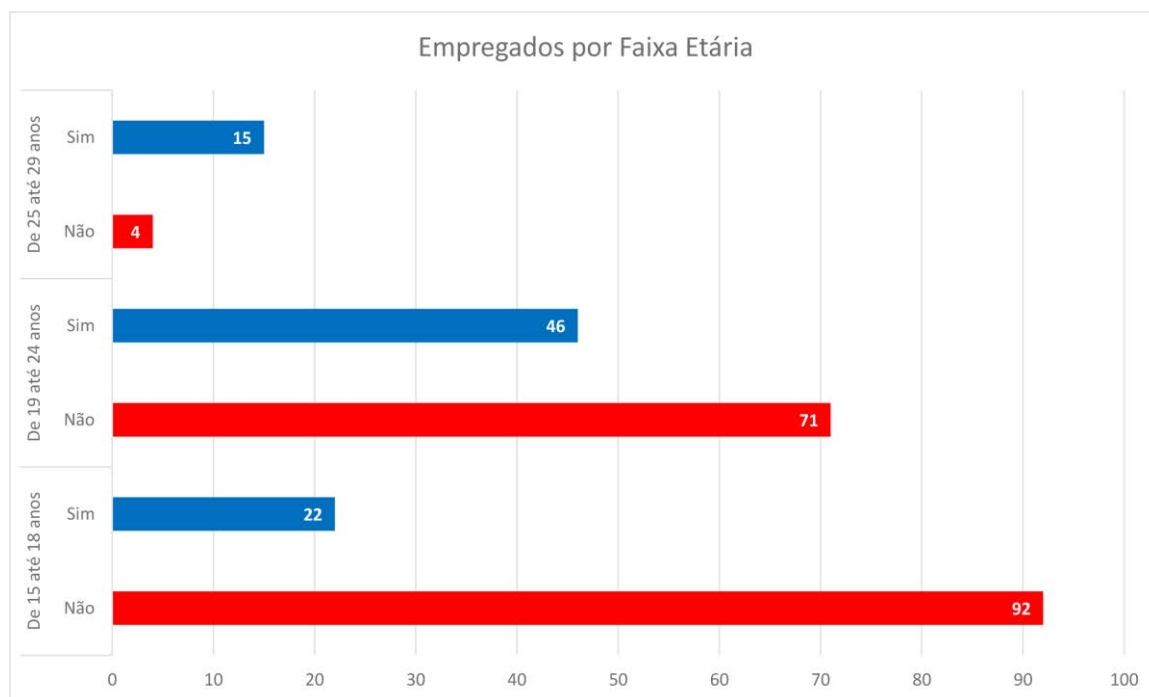
**Gráfico 8 - Estudantes por Faixa Etária**

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Quando contrastamos tais dados com o grau de escolaridade de cada faixa etária, percebemos que a continuidade dos estudos é uma tendência nítida nesse público. Mesmo os que afirmaram ter Ensino Médio completo [e que, portanto, ainda não ingressaram no ensino universitário], tanto na faixa de 15 a 18 quanto na de 19 a 24, buscam a continuidade dos estudos, seja em cursos pré-vestibulares, no ensino técnico/profissionalizante ou em outros tipos de formação complementar,

Mesmo se observarmos quem afirmou já ter o ensino universitário concluído, a continuidade dos estudos é uma realidade em cursos de pós-graduação, formação complementar ou, até mesmo, outros cursos universitários. Portanto, esses jovens [que foram atingidos pela pesquisa] têm nos estudos uma de suas prioridades.

Outro dado interessante é a quantidade considerável de jovens que priorizam o estudo em relação ao trabalho remunerado e ao vínculo empregatício. Sabendo que, em dados totais, 169 (66,8%) afirmam não ter emprego e 83 (33,2%) dizem ter trabalho fixo, o Gráfico 9 mostra a quantidade de jovens que trabalham, em relação às diferentes faixas etárias.

**Gráfico 9 - Empregados por Faixa Etária**

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Podemos perceber um fenômeno natural quanto à evolução da proporção de pessoas que trabalham, em relação à idade. Os mais jovens, que tem de 15 a 18 anos se dedicam, majoritariamente, apenas ao estudo. Percebemos isso ao observar que, das 114 respostas recebidas para esse recorte etário, 92 declararam não exercer atividades remuneradas. Na faixa de 19 a 24 anos, embora a proporção de pessoas que estão empregadas seja maior, ainda é bastante considerável o número de jovens que se dedicam quase que exclusivamente aos estudos. Temos 71 respondentes de um total de 117 que afirmam não terem emprego. Se confrontarmos com o total de pessoas que são estudantes, percebemos que muitos delessão jovens que dão continuidade aos estudos como prioridade, não tendo no emprego uma atividade essencial.

Essa situação apenas se reverte na faixa etária que reúne jovens de 24 a 29 anos. Embora tenhamos uma amostragem menor que a das outras faixas etárias, notamos um quadro diferente em relação aos mais novos. Dos 19 respondentes, 15 deles estão empregados e, portanto, exercem atividades remuneradas. Outras três pessoas se mantêm por meio de Bolsas de Estudo de pós-graduação, que não permitem vínculo empregatício na vigência da bolsa.



Embora não faça parte do objeto central da pesquisa, o questionário propôs uma questão aberta para que as pessoas pudessem explicitar quais eram seus vínculos empregatícios. Quando observamos a faixa etária dos mais novos, poucas são as atividades elencadas. Basicamente, exercem atividades como balconista/vendedor, operadores de telemarketing e recuperação de crédito, estagiários em geral e atividades relacionadas ao programa “Menor/Jovem Aprendiz<sup>65</sup>”, do Governo Federal.

Já entre os jovens de 19 a 24 anos, a característica observada entre os mais novos se mantém, pois as atividades mais elencadas são ligadas ao telemarketing, atividades técnicas de informática e eletrônica, atendentes e vendedores. Há um o aumento da quantidade de pessoas que dizem ser estagiárias [em diversas áreas], mas apenas sete pessoas afirmaram exercer alguma atividade ligada à formação em nível superior. Por fim, a faixa de 25 a 29 anos apresenta novamente uma tendência, entre os participantes da pesquisa, oposta às faixas anteriores. Do total de 19 respostas, e de 15 que disseram ter emprego, 11 deles exerciam atividades relacionadas à formação universitária. Duas afirmaram ser pesquisadoras e bolsistas de Pós-graduação.

Sendo assim, percebemos que os jovens participantes da presente investigação têm algumas características semelhantes, que se reforçam ao longo do diálogo de diferentes dados. Em sua maioria, valorizam os ambientes educacionais, a formação acadêmica e não veem o emprego como prioridade enquanto estudam. Pode-se perceber que enquanto estão em uma lógica de formação acadêmica são exercidas atividades remuneradas nas áreas de serviços, que permitam aliar o mercado de trabalho às atividades exigidas pela busca de especialização.

Após passarmos por uma análise sobre o grau de instrução e o perfil educacional do público analisado, e sobre as suas demandas de emprego e de participação no mercado de trabalho, fizemos uma reflexão sobre as questões ligadas à renda médias desses jovens e suas famílias. Trabalhamos, também, o perfil familiar e as características ligadas ao tipo de moradias que esse grupo heterogêneo recorre.

---

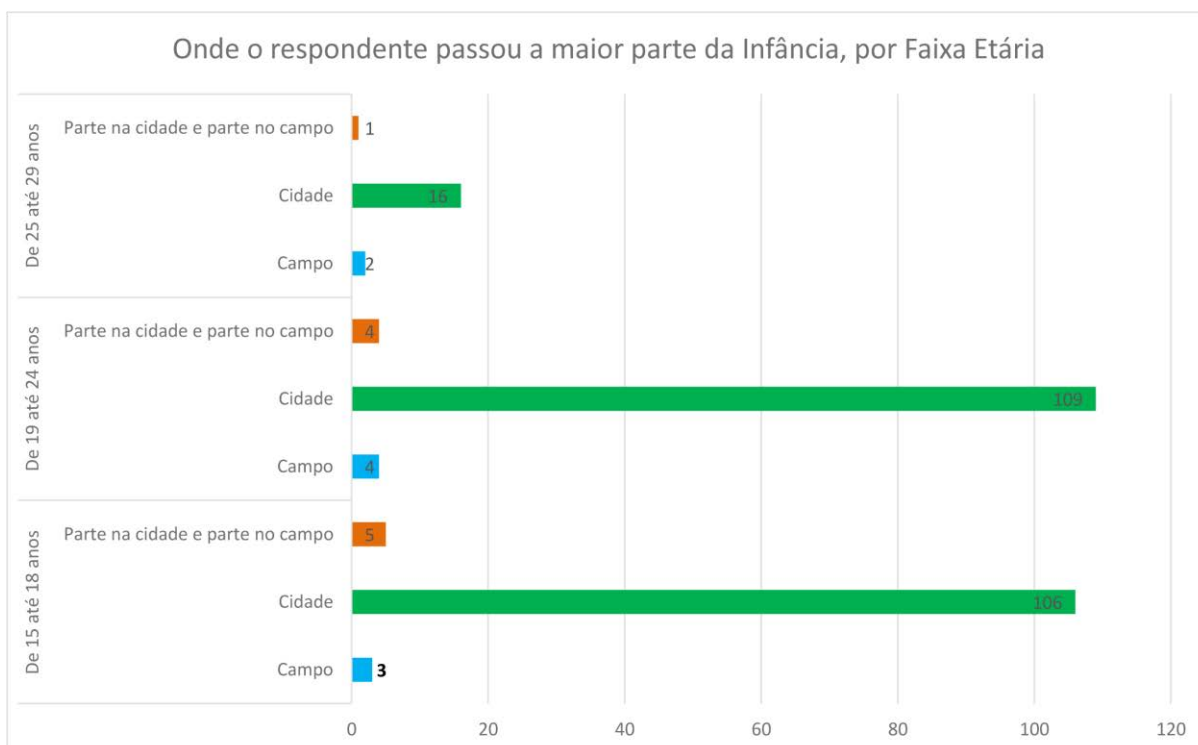
<sup>65</sup>Art. 3º - “[...] o empregador se compromete a assegurar ao aprendiz, inscrito em programa de aprendizagem, formação técnico-profissional metódica compatível com o seu desenvolvimento físico, moral e psicológico, e o aprendiz se compromete a executar com zelo e diligência as tarefas necessárias a essa formação” (Decreto 5598, 2005). Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2005/decreto/d5598.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5598.htm).

### 5.1.3 Questões sobre família e renda

Evidentemente, as reflexões realizadas nesse tópico também têm grande ligação com o item anterior, que tratou do perfil acadêmico e empregatício das faixas etárias analisadas. Agora, vamos observar como se estruturam as questões econômico-sociais das famílias desses jovens e quais são as atuais características de renda e moradia do público estudado.

O Gráfico 10 (apresentado a seguir) demonstra parte do histórico desses jovens e de suas famílias. Questiona se passaram a maior parte da infância na cidade [no ambiente urbano], no campo, ou parte no campo e na cidade. É possível observar certa padronização na proporção dos resultados, nas três faixas etárias estudadas. Ou seja, os resultados se repetem, apresentando uma predominância nítida da infância ter sido vivida em ambientes urbanos.

**Gráfico 10 - Local onde passou a infância, por faixa etária**



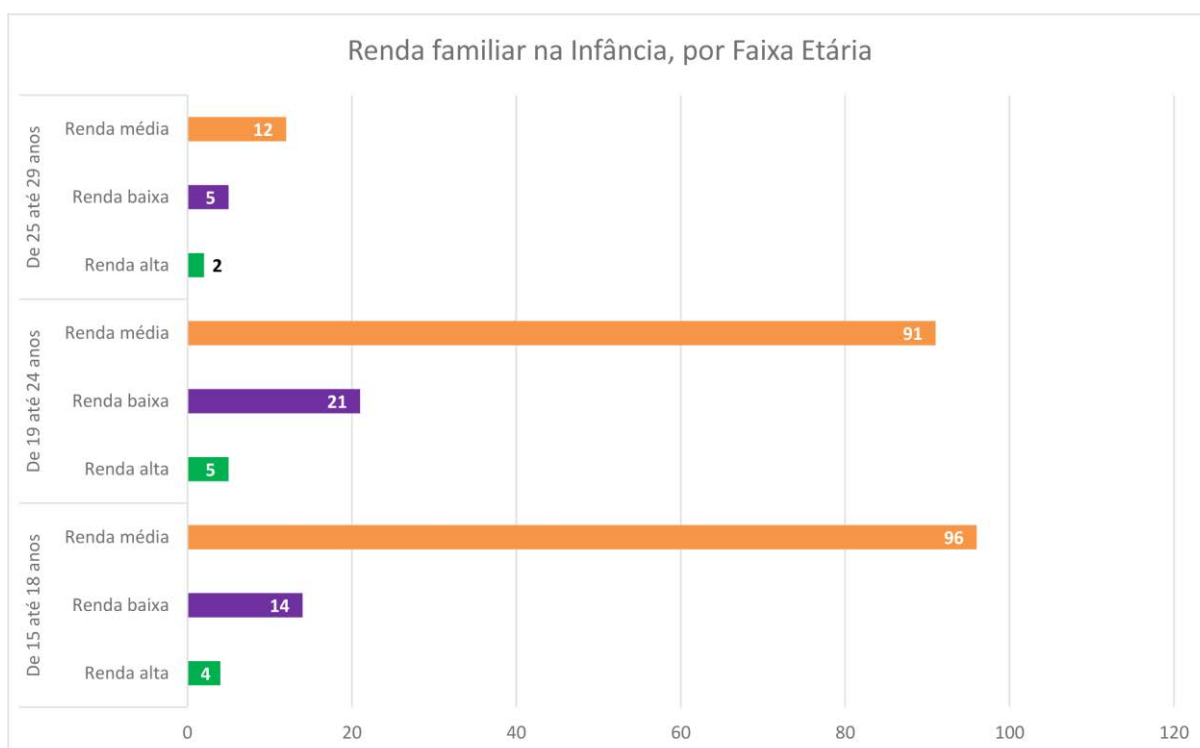
Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Como podemos notar no gráfico acima, os dados são bastante claros e mostram uma grande predominância do meio urbano em todos os recortes de idade.

Nos três casos, mais de 90% dos jovens que responderam ao questionário afirmaram ter passado a infância em cidades. Esse panorama é destacável tanto por mostrar que as três faixas etárias têm características semelhantes quanto para frisar que, por estarem na área urbana, as possibilidades de acesso, conexão e expansão das tecnologias em geral podem ter sido maiores do que se tivessem crescido nas áreas rurais.

Partindo dessas discussões, analisaremos, mesmo que de maneira breve, as características de renda dessas famílias, com o objetivo de criar uma base de dados sólida para debates posteriores. De acordo com os dados totais, percebemos que 199 jovens (quase 80% do total de respostas) afirmam ter crescido em famílias de classe média, seguidos por 40 (16%) que consideram ter vivido a infância em lares com renda baixa e, por fim, 11 (ou 4%) que dizem ter origens em famílias com a renda alta. O Gráfico 11 mostra como essa tendência é distribuída nas três faixas etárias que temos trabalhado.

**Gráfico 11 - Renda familiar na infância, por faixa etária**

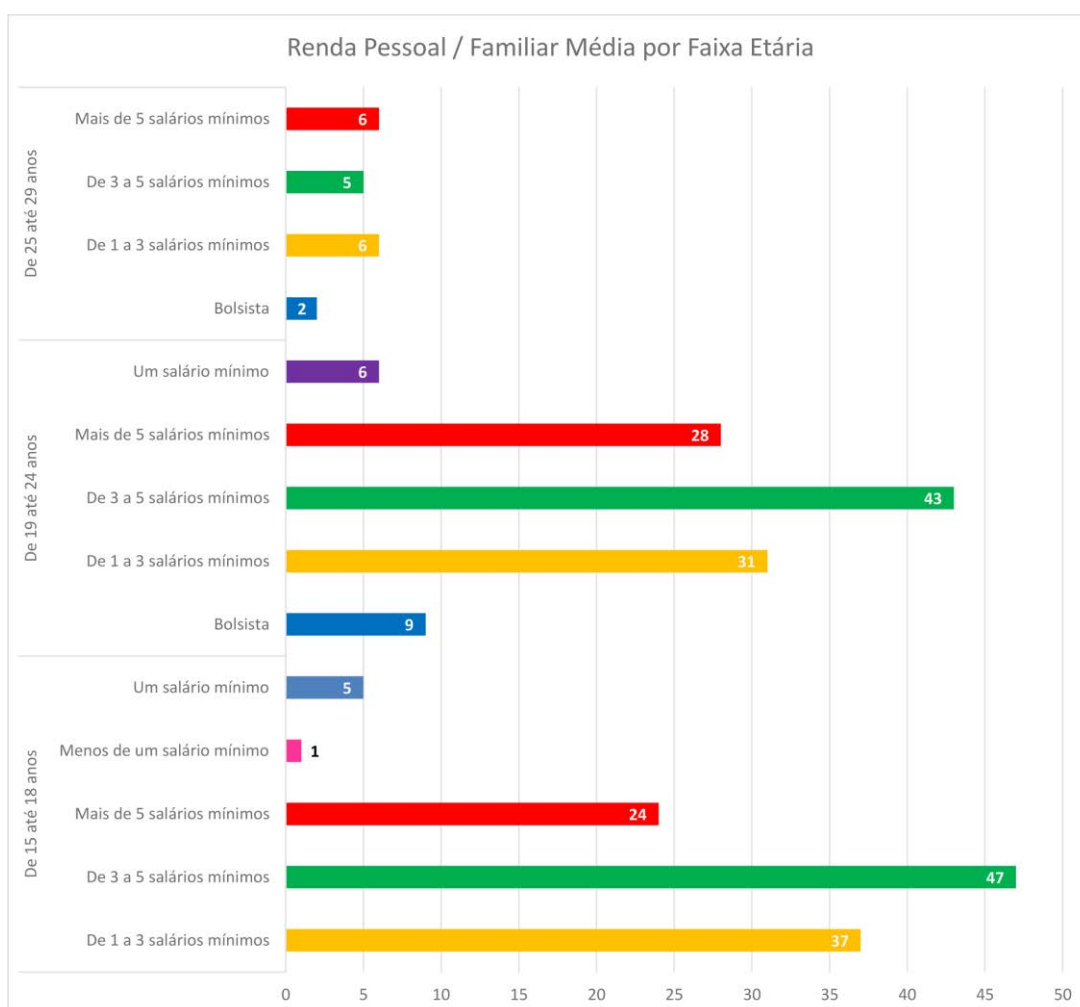


Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Os dados numéricos e o próprio gráfico mostram de que não existem diferenças consideráveis na proporção entre as faixas etárias. Nota-se que a grande

maioria dos jovens consultados cresceu em ambientes de classe média. Isso pode ser um fator determinante de acesso [mesmo que tardio] a bens tecnológicos de maneira geral, visto que as camadas médias urbanas são consumidoras de bens midiáticos e tecnológico-digitais, como tem sido evidenciado em diversas pesquisas. Reflexão importante a ser feita é que, assim como ocorreu no Gráfico 10, a renda média na infância reforçou uma única tendência nas três faixas etárias, não havendo resultados destoantes entre si. Abaixo, o Gráfico 12 traz o detalhamento, por faixa etária, dos dados de renda atuais dos entrevistados.

**Gráfico 12 - Renda média familiar/pessoal, por faixa etária**



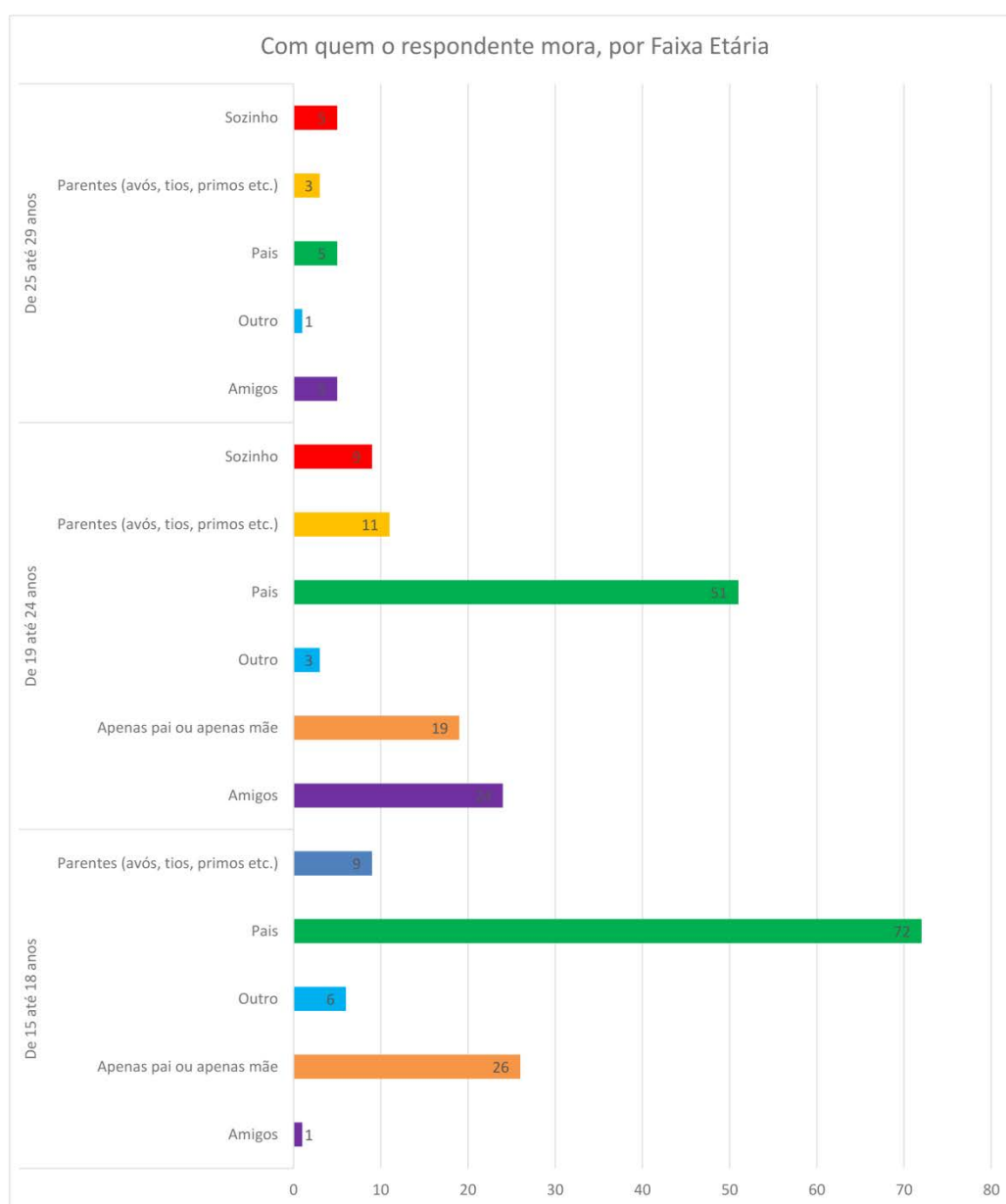
Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

A partir dessas discussões, analisaremos agora a renda média familiar desses jovens. Inferindo de forma geral, as opções mais assinaladas foram „mais de 3 até 5 salários mínimos“, com 95 respostas (38% do público); seguida

respectivamente por „mais de 1 até 3 salários mínimos“, com 74 respostas (29,6%), e por „mais de 5 salários mínimos“, com 58 respostas (23,2%). As outras opções totalizaram apenas 23 (somando 9,2%).

Os dados apresentados no gráfico anterior evidenciam respostas muito semelhantes para as três faixas de idade. Existe uma predominância de rendas entre 2 e 5 salários mínimos, confirmando a tendência observada nas questões anteriores. Temos, consideravelmente, jovens pertencentes às camadas médias de renda. Inserindo a questão sobre moradia, o Gráfico 13 detalha esse panorama.

**Gráfico 13 - Com quem mora, por faixa etária**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Quando observamos os resultados, fica nítido que, pelo menos entre as faixas de idade mais novas, existe uma predominância de jovens que moram com os pais ou parentes. Apenas no recorte acima de 25 anos essa situação se altera um pouco, pois existe um equilíbrio entre os que ainda moram com os pais e os que moram sozinhos ou com amigos. Isso pode ser um indicativo de que os jovens que responderam os questionários tendem a valorizar os estudos, se inserindo mais tardiamente no mercado de trabalho e dando preferência para moradias menos onerosas – seja na permanência na casa de familiares ou em moradias coletivas [como repúblicas e divisão de despesas com amigos].

Fazendo uma análise entre as faixas etárias, é possível notar uma grande predominância de participantes de 15 a 18 anos que moram com os pais ou parentes. Somando-se as opções relacionadas, notamos que 107 jovens, dos 114 que responderam, moram com familiares. Apenas sete assinalaram outras opções, ou por terem moradia flexível – parte em uma cidade, parte em Bauru – ou por morarem com amigos e/ou conhecidos. Quando observamos os respondentes de 19 a 24 anos, percebemos uma leve alteração do perfil, embora ainda sejam maioria os jovens que moram com os pais ou parentes. De um total de 117 respostas, 81 afirmaram que moram com familiares e outros três moram com o cônjuge e filhos. Mudança nítida acontece pelo fato de 24 deles afirmarem que moram com amigos e outros nove sozinhos. Embora tenhamos menos respostas do recorte de 25 a 29 anos, podemos perceber um maior equilíbrio desses dados, embora ainda seja notória a proporção que ainda vive na casa dos pais.

Se observarmos os jovens mais novos, percebemos que a maioria está na educação básica ou é recém-formado nela. Sem dúvidas, esse panorama explica a grande predominância das residências familiares em detrimento a outras. Já no público de 19 a 24 anos e de 25 a 29 anos, essa alteração pode ser explicada pelo fato de essa faixa etária englobar justamente os universitários [ou já formados]; muitos deles vindo para Bauru para estudar/trabalhar e procurando moradias coletivas ou apartamentos individuais.

#### **5.1.4 Considerações sobre os jovens respondentes**

Para conhecermos melhor o público, fizemos uma série de confrontos entre os dados obtidos na apresentação do corpus [por meio da tabela geral de

resultados]. Com o intuito de encontrar pontos que pudessem chamar a atenção, traçamos uma análise qualitativa entre as respostas obtidas. A partir desse processo, pudemos notar que, na maioria das vezes, as variáveis escolhidas não apresentavam diferenças significativas que justificassem a exposição em gráficos e/ou tabelas diferenciadas. Sexo, moradias, escolaridade e trabalho estão bem divididos e equilibrados, tanto se pensarmos em um estudo a partir das rendas declaradas quanto a partir de um estudo étnico [de cor/raça]. Ficou nítido que, independente da renda [na infância ou atual], os jovens respondentes [mesmo os mais pobres] estão inseridos em ambientes educacionais e priorizam o estudo em detrimento do trabalho, sem notáveis diferenças a serem frisadas.

Além disso, pudemos observar que as diferenças étnicas não foram fatores determinantes na maior parte dos confrontos de resultados, porém trouxeram dados interessantes quando do embate com as questões de renda. Se observarmos o público que se autodeclarou „branco“, a maior parte afirmou ter renda variando de “mais de 3 e 5 salários mínimos” (39,3% das respostas na opção), enquanto se observarmos o público que se declarou „pardo” e „preto” a renda predominante é de “1 a 3 salários mínimos”, correspondendo a 38,3% das respostas nesta alternativa [indo ao encontro das diferenças sócio-históricas comentadas no tópico 5.1.1].

É válido ressaltar que, quando confrontamos esses mesmos dados étnicos com a escolaridade, a característica de serem estudantes [ou não] e questões de empregabilidade, não há diferenças proporcionais que justifiquem uma análise específica. Isto pode estar relacionado ao fato de que a pesquisa atingiu um público de classe média que, mesmo heterogêneo, usa a internet e diversas mídias digitais – tem mostrado a valorização da educação nas mais diversas instâncias.

No próximo tópico, analisamos as questões gerais relacionadas às juventudes, à maneira como esses jovens se enxergam nesse contexto, às preocupações, os assuntos mais debatidos e às demandas desse público.

## **5.2 A juventude, os jovens e suas perspectivas**

Dando continuidade às reflexões, nesse tópico, buscaremos conhecer de maneira mais cuidadosa o público jovem que contribuiu com a pesquisa. Mapearemos suas opiniões, suas perspectivas e, principalmente, de que maneira eles veem a ideia de juventude e o que é ser jovem. Para isso, foram formuladas

questões fechadas e abertas que possibilitam entender um pouco mais quem são e o que pensam e, não só as suas práticas midiático-digitais, mas também suas visões sobre questões políticas, sociais e de participação.

### **5.2.1 *Afinal, o que é ser jovem?***

Para conhecer o público estudado e atingir o objetivo descrito anteriormente, propusemos, de início, um debate sobre „o que é ser jovem?“. Construimos três perguntas sobre esta temática, duas abertas e uma fechada. Devido ao grande corpus de pesquisa, separamos qualitativamente as respostas abertas por temáticas, para facilitar a descrição das respostas.

Começaremos essas reflexões com as visões que esse grupo tem da própria ideia de „ser jovem“. Para isso, questionamos, de maneira aberta e livre, “defina, em poucas palavras, aquilo que você considera ser jovem, na sociedade atual”. Com um amplo leque de respostas, percebemos um forte apelo da ideia de que os jovens têm sonhos e perspectivas futuras, que são inovadores e ligados às tecnologias, que têm forte ligação com o lazer e a diversão e, até mesmo, que não são cobrados e/ou não têm responsabilidades reais.

Dividiremos as respostas em faixas etárias, para entender quais são as demandas, além dos pontos de convergência e divergência que existem quando tentamos analisar tal contexto. É importante frisar que priorizamos uma análise qualitativa, que exponha as respostas de maneira mais livre, permitindo uma interpretação, à luz das teorias aqui expostas.

No público de 15 a 18 anos a maioria absoluta dos respondentes mencionou um ideal revolucionário do que é “ser jovem”. Apresentam um discurso de que é característica desse público a construção de um “mundo melhor”, sendo inovadores, assumindo as responsabilidades de maneira madura e investindo nos estudos e no aprimoramento pessoal.

Em contrapartida, a segunda visão mais citada é de que “ser jovem” é ser livre, sair muito, ir para festas e aproveitar a companhia dos amigos num contexto de lazer e diversão. Outras duas tendências percebidas através das análises são: a visão de que jovens utilizam, de maneira forte e recorrente, as tecnologias digitais, a internet e as redes sociais online, sempre atualizados com as novas tendências; e, por fim, de que o “ser jovem” está relacionado a uma postura de irresponsabilidade,



de falta de maturidade [entrando totalmente em oposição com a opinião predominante na faixa etária].

É evidente que, por ser uma questão aberta, vários outros posicionamentos menos frequentes apareceram. Pensando em respostas que aparecem somente entre os mais novos, alguns dos entrevistados apresentaram uma postura extremamente pessimista, não se incluindo no grupo e trazendo críticas fortes ao grupo etário que eles próprios fazem parte. Alguns apontamentos negativos indicam “imaturidade e ausência de opiniões próprias”, “falta de preocupação com os estudos”, “o abuso de bebidas e drogas ilícitas”, “a vivência em uma realidade virtual” e o fato de “o jovem ser imediatista, com profunda ideia de superioridade”.

Quando observamos as respostas da faixa etária de 19 a 24 anos, percebemos pontos convergentes e divergentes em relação aos mais novos. Novamente, a ideia de que os jovens são maduros, agentes ativos de mudança, e os grandes responsáveis pela melhora da sociedade aparece em maior destaque, muito a frente de outros quesitos. Logo em seguida, com mais apelo do que no público de 15 a 18 anos, vem o uso das tecnologias, das mídias inovadoras e o grande potencial de inovação que esse recorte geracional pode ter. Por fim, na terceira posição aparece a ideia de que a idade é o fator determinante para dizer quem é ou não jovem – embora apareçam recortes etários diversos nas explicações.

Neste recorte intermediário, notamos uma visão mais positiva do que no público mais novo. A ideia de que a juventude é um período de “transição”, de “construção do „eu“, do caráter e da personalidade”, é muito presente. Para eles, é uma “luta constante por afirmação”, uma “busca por crescimento, espaço e reconhecimento”.

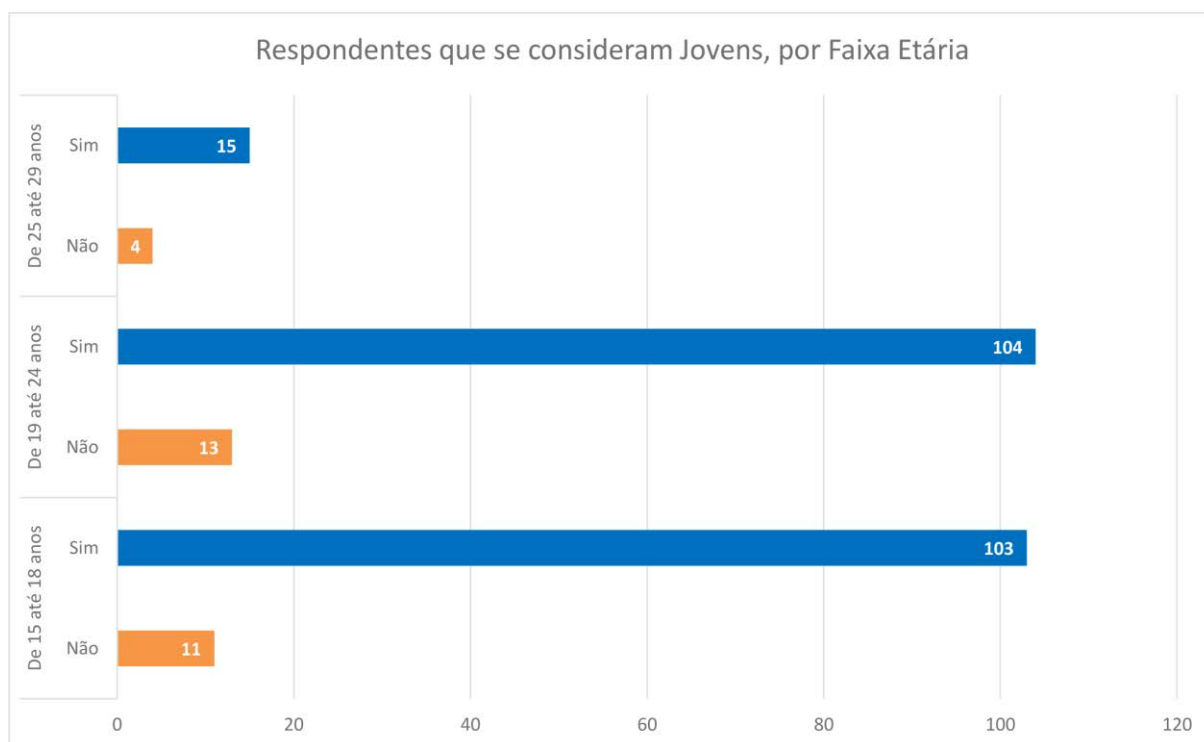
Analisando o perfil das respostas dos jovens de 25 a 29 anos, embora tenhamos um corpus menor de entrevistados, há um notável equilíbrio entre três tipos de resposta. O jovem enquanto consumidor ativo de tecnologias e ambientes de inovação; como arquiteto do futuro e uma possibilidade real de avanço e também uma visão mais tradicionalista, ligada ao recorte de idade – a um determinado intervalo etário, ocorrendo basicamente uma equidade entre as três características.

Por fim, nota-se que as críticas, visões negativas e o descredenciamento dos jovens não foram ideias predominantes nas respostas analisadas. A juventude, na maior parte das vezes, foi atrelada à maturidade, ao ganho de responsabilidades,

a ideia de crescimento, à valorização dos estudos e da busca por melhorias sociais. No geral, percebemos uma visão positiva e romantizada da situação juvenil. Como finalização, não podemos deixar de comentar o fato de as tecnologias e mídias digitais significam para muitos dos respondentes um passaporte para a juventude e uma necessidade para quem quer se considerar jovem.

Após as análises sobre as possíveis angulações que a ideia de „juventude” pode ter, fizemos uma pergunta objetiva para os participantes da pesquisa. Foi questionado: “Você se enquadra nessa categoria [de ser jovem]?”; propondo, a partir do raciocínio da questão aberta anterior, que respondessem „sim” ou „não”. Se levarmos em conta os dados totais coletados, 222 participantes (89% do total) – a grande maioria – afirmaram que se consideram jovens. Apenas 28 respostas (11%) assinalaram a opção „não”; curiosamente distribuídos entre todas as faixas de idade. O Gráfico 14, detalha essas respostas em cada recorte de idade, ficando nítida a predominância do „sim”, em proporções muito semelhantes.

**Gráfico 14 - Respondentes que se consideram jovens, por faixa etária**



*Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado*

Embora seja uma minoria, há respondentes em todos os recortes que não se consideram parte deste grupo. Sendo assim, notamos que tais respostas não

dependem exclusivamente do fator etário, pelo menos no grupo atingido por nossa pesquisa. Justamente por este motivo e por observar tendências interessantes na questão aberta, decidimos analisar as justificativas por escrito das respostas, com o intuito de entender quais fatores levaram uma parcela a responder „não“.

Podemos perceber, por meio dessas respostas, que a visão apresentada anteriormente do que é “ser jovem” é bastante “romantizada” e quase inalcançável. Mesmo entre aqueles se consideram jovens, a justificativa foge das definições expostas. Nesse processo, a ideia de jovem enquanto agente revolucionário dentro da sociedade perde força e definições como a simples faixa etária aparecem mais vezes. Percebe-se que grande parte dos entrevistados idealiza um “ideal de jovem”, mas não se identificam com ele. Muitos, inclusive, deixam até de se considerar jovens por achar que não correspondem às expectativas de juventude que eles mesmos construíram.

Gobbi (2012) defende que a ideia „juventude“ pode ser mais uma questão de pertencimento do que uma questão etária. Frisa que para ser jovem é necessário se sentir jovem. Sendo assim, fica claro que, entre os que negam fazer parte da juventude, há nas entrelinhas a ideia de que ser jovem é um conjunto de características específicas, sejam elas negativas ou positivas, e que a não identificação com essas características exclui o indivíduo desse grupo social. Não se faz presente a ideia de que entre os jovens pode haver uma diversidade de discursos, de particularidades e de perfis. A possibilidade de haver pluralidade é praticamente ignorada pelo grupo participante da pesquisa.

Na faixa de 15 a 18 anos, a explicação predominante é justamente a de não identificação com o ideal apresentado. Muitos disseram não se encaixar no perfil; e a visão pessimista aparece novamente em falas como: “não sou irresponsável”, “não gosto de chamar atenção” e “fui apresentado muito cedo às responsabilidades”. Essa visão que o próprio jovem tem da “juventude” reforça o que Abramo (1997) afirma sobre essa ser a visão social predominante sobre esse grupo.

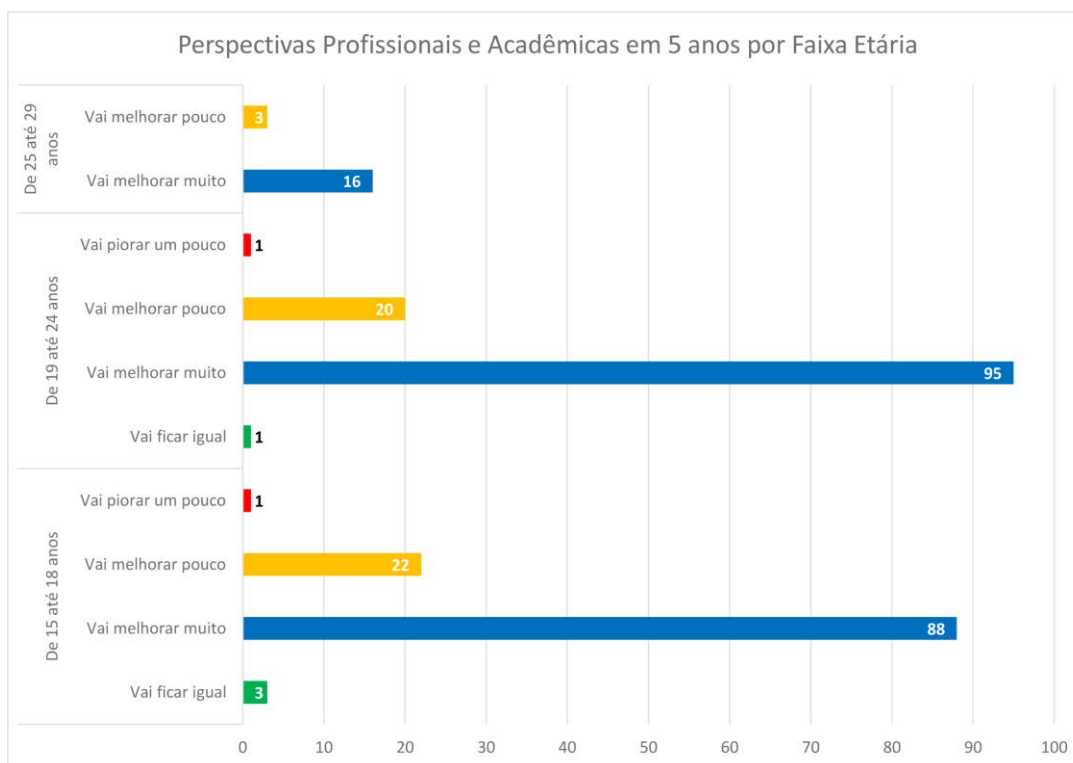
Entre os entrevistados de 19 a 24 anos, respostas como “tenho obrigações de adulto”, “não tenho tempo para diversão” e “não me considero jovem, pois eles são alienados/não se importam com os problemas” também aparecem, ao lado de “não me encaixo no perfil citado por mim”. Entretanto, a visão otimista desse grupo intermediário se confirma e, entre os que se consideram jovens, a imagem de maturidade e visão de futuro é notável.

Já nas respostas dos mais velhos, de 25 a 29 anos, a idade pesou como um indicativo de não pertencimento em relação à juventude. O argumento de ter muitas responsabilidades, evidenciando o discurso de que jovens não têm esse tipo de preocupação, também aparece. Sem dúvidas, existe uma maior dificuldade de identificação com a ideia de juventude, principalmente nos que trabalham e/ou terminaram o Ensino Superior.

### **5.2.2 Sociabilidades: perspectivas juvenis, preocupações e comportamentos**

Dando continuidade às reflexões, buscamos mapear quais as expectativas e planos para o futuro traçados pelos membros do grupo. Tal investigação se torna ainda mais interessante pelo fato de, a partir do perfil descrito em tópicos anteriores, estarmos falando de um público extremamente ligado aos estudos e á busca por especialização. A pergunta feita foi “como você acredita que vai estar sua vida daqui a cinco anos com relação às suas escolhas?”.

Para que tivéssemos respostas completas [e adequadas para análise] sobre esse tema, dividimos essa questão em duas partes: uma objetiva, com as alternativas „melhorar muito“, „melhorar um pouco“, „vai ficar igual“, „vai piorar um pouco“ ou „vai piorar muito“; e uma aberta com o pedido de justificativa da questão anterior. O Gráfico 15 mostra as respostas objetivas, divididas por faixa etária, e aponta para um notável otimismo e uma forte idealização de sucessos futuros.

**Gráfico 15 - Perspectivas Profissionais e Acadêmicas, em 5 anos**

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Em dados absolutos, obtidos a partir da tabulação da questão objetiva, temos 199 jovens (79,6% do total) afirmando que suas vidas „vão melhorar muito“, seguidas por 45 (18%) que consideram que as vidas vão „melhor um pouco“. Apenas quatro pessoas (1,6%) consideram que „vai ficar igual“ e outras duas (0,8%) afirmaram que „vai piorar um pouco“. Se observarmos por faixa etária, notamos que a maior parte tem uma visão positiva em relação ao futuro, mais uma vez não havendo diferenças consideráveis entre elas.

Para compreender mais a fundo essas perspectivas futuras dos participantes da pesquisa, fizemos uma breve descrição sobre as respostas abertas, que serviram como justificativa para o resultado anterior. Obviamente, procuramos um padrão para o grande otimismo e os motivos alegados por quem assinalou as outras alternativas. Importante frisar que a padronização das respostas foi algo surpreendente.

A maioria absoluta relaciona o seu otimismo e a visão de que sua vida “vai melhorar muito” aos estudos, à especialização, à busca pelo Ensino Superior e/ou pós-graduação, ao constante hábito de procurar chances melhores, ao sucesso na carreira profissional e, até mesmo, às possibilidades que as tecnologias digitais

trouxeram de inovar profissionalmente e ter contato com melhores oportunidades. Evidentemente que as respostas variam um pouco, dependendo do grau de instrução, da etapa dos estudos e do estilo de vida, mas o padrão se mantém de maneira nítida. Predominantemente, os jovens de 15 a 18 anos veem a universidade como um caminho para o “sucesso”. De forma semelhante, os jovens mais velhos discutem a esperança de boa empregabilidade após o fim do curso superior, a busca pela pós-graduação como algo decisivo e, por fim, defendem bastante a vontade contínua de procura de melhores oportunidades.

Em contrapartida, os que assinalaram as outras opções apresentaram justificativas no mesmo campo de significação discutido acima. Em geral, a falta de remuneração gratificante para o curso superior pretendido/escolhido, a falta de aptidão para a continuidade dos estudos, as crises econômicas do país e a insegurança em futuras oportunidades são os principais exemplos de temas discutidos. Novamente, percebemos que esses jovens têm forte apelo junto aos ambientes educacionais, buscando a especialização e a inserção no “mundo do trabalho” como mão-de-obra qualificada.

A próxima questão busca entender quais são as práticas de lazer, os temas sociais que mais os incomodam e, além disso, de que forma os jovens acreditam em poder ajudar a melhorar o Brasil. Para iniciarmos essa série de reflexões, a Tabela 1 vai trazer a divisão, por faixa etária, das principais práticas de lazer procuradas por esse público. Foi permitido que os respondentes assinalassem até três alternativas.

**Tabela 1 - Atividades de Lazer por Faixa Etária**

Atividade de Lazer	15 a 18	%	19 a 24	%	25 a 29	%
Praticar esportes individuais ou coletivos	44	38,60	59	50,43	4	21,05
Cantar ou tocar instrumentos musicais	15	13,16	21	17,95	4	21,05
Ter o hábito da leitura	54	47,37	60	51,28	16	84,21
Ir a festas e shows	31	27,19	44	37,61	3	15,79
Passear no shopping	42	36,84	28	23,93	5	26,32
Viajar	14	12,28	14	11,97	2	10,53
Dançar	7	6,14	12	10,26	0	0,00
Ir a exposições artísticas, feiras, museus, etc.	7	6,14	7	5,98	1	5,26
Ouvir música	92	80,70	84	71,79	10	52,63
Frequentar o teatro	7	6,14	3	2,56	0	0,00
Ir ao cinema	40	35,09	45	38,46	11	57,89
Passar tempo com amigos	57	50,00	79	67,52	9	47,37
Jogar videogame	21	18,42	40	34,19	4	21,05
Assistir televisão e / ou ouvir rádio	40	35,09	48	41,03	9	47,37
Praticar atividades artísticas, como pintura e teatro	10	8,77	9	7,69	0	0,00
Realizar trabalho voluntário	10	8,77	10	8,55	0	0,00
Participar em Redes Sociais online	51	44,74	59	50,43	10	52,63
Participar de grupos sociais	8	7,02	11	9,40	0	0,00
Participar de atividades religiosas	24	21,05	17	14,53	2	10,53
Outro	2	1,75	2	1,71	2	10,53

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

A tese de Martín-Barbero (2008) de que as juventudes latino-americanas quebraram alguns receios e paradigmas, recorrentes da época em que se expandem as mídias e as tecnologias digitais, é reforçada. Diferentemente do que se pensava, a realidade digital não afastou [de maneira efetiva] esses jovens de encontros com seus pares e nem da participação de eventos e socializações presenciais. Embora eles tenham um forte uso e consumo de aparatos midiático-digitais – como veremos posteriormente– temos uma realidade muito heterogênea das práticas de lazer, revelando, inclusive, interações sociais, participação de encontros com amigos e passeios em geral.

Embora haja predominância de algumas práticas, notamos que os jovens respondentes nos dão um amplo leque de respostas diferentes. Ouvir música (185

respostas – 74% do total), passar tempo com os amigos (144 – 57,6%), o hábito de leitura (130 – 52%), participação em redes sociais online (120 – 48%), assistir televisão e/ou ouvir rádio (108 – 43%), prática de esportes individuais e coletivos (108 – 42,8%) e ir ao cinema (90 – 36%) estão entre as atividades mais realizadas.

Além destas, como podemos observar na Tabela 1, várias outras alternativas são procuradas também em intensidade considerável. Temos, portanto, um perfil de jovem ativo e participante de vários tipos de grupos, sendo essas atividades presenciais ou mediadas pelas redes sociais online. Embora não tenhamos grandes divergências entre os recortes etários evidenciados na tabela acima, podemos notar algumas atividades que tem mais predominância em uma determinada faixa e outras tiveram um apelo mais homogêneo.

Por exemplo, “ir ao cinema”, “assistir televisão e/ou ouvir rádio” e “as redes sociais online” quase não apresentam diferenças entre as idades, se mostrando igualmente importante para todos eles<sup>66</sup>. Em contrapartida, o hábito de “ouvir música” é bem distribuído, mas é mais utilizado pela faixa de 15 a 18 anos. Da mesma forma, o hábito de “passar um tempo com os amigos” é mais frequente entre os de 19 e 24 anos, embora seja muito importante também para as outras faixas. E, por fim, o mesmo processo acontece com o “hábito de leitura”, que tem bons índices de indicação, mas que tem um forte predomínio na faixa de 25 a 29 anos – muito provavelmente explicado pelo próprio perfil acadêmico-profissional já descrito.

Outro comportamento que vale ser comentados é a baixíssima participação, enquanto atividade de lazer, em grupos sociais, em atividades voluntárias e em atividades artísticas e culturais em geral<sup>67</sup>. Ampliando-se a proposta de decifrar e refletir sobre as práticas e costumes destes jovens, a seguinte questão também foi apresentada: “Assinale até 3 (três) alternativas que melhor representam os problemas (sociais) atuais que mais o incomodam”. Sendo assim, buscou-se fazer um reconhecimento sobre quais assuntos e demandas sociais mais causam inquietação nesses jovens e de que maneira isso afeta suas vidas.

Dentre as alternativas fornecidas para os participantes, percebemos a predominância de quatro delas. Todas são questões sociais que têm sido pautadas pelas mídias tradicionais, pelos portais de notícias, por blogs diversos e, principalmente, pelos frequentes debates nas redes sociais online. A “corrupção”

---

<sup>66</sup>Vale ressaltar a presença das mídias na rotina desses jovens estudados.

<sup>67</sup>Excluímos o cinema desse grupo, pois é uma das atividades midiático-culturais mais procuradas.



aparece com liderança nítida, num total de 173 jovens que assinalaram tal opção (69,2%). Em seguida, pudemos observar uma grande atenção para “a educação e sua qualidade”, com 157 respostas (62,8%), para “a grande desigualdade entre ricos e pobres”, com 109 (43,6%). Por fim, também sendo uma questão social importante, “o racismo e outras formas de discriminação”, com 101 (40,4%).

Como temos feito ao longo da pesquisa, a Tabela 2 traz esses dados detalhados por faixas etárias.

**Tabela 2 - Problemas sociais que mais incomodam os jovens, por faixas etárias**

Problemas Sociais que mais incomodam o Jovem	15 a 18	%	19 a 24	%	25 a 29	%
A corrupção	81	71,05	76	64,96	16	84,21
O poder dos traficantes	17	14,91	9	7,69	2	10,53
A grande desigualdade entre ricos e pobres	55	48,25	45	38,46	9	47,37
O racismo e outras formas de discriminação	48	42,11	45	38,46	8	42,11
O despreparo e a violência da polícia	8	7,02	16	13,68	2	10,53
A destruição do meio ambiente	29	25,44	35	29,91	7	36,84
A lentidão e outros problemas com a Justiça	12	10,53	20	17,09	2	10,53
A falta de perspectiva profissional para os jovens	15	13,16	10	8,55	1	5,26
O despreparo do povo	12	10,53	18	15,38	4	21,05
A falta de acesso às tecnologias	4	3,51	4	3,42	0	0,00
A educação e sua qualidade	68	59,65	77	65,81	12	63,16
Nenhuma / Nada pode ser feito / Não há solução para esses problemas	0	0,00	1	0,85	0	0,00
Não sei	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Outro	1	0,88	8	6,84	0	0,00

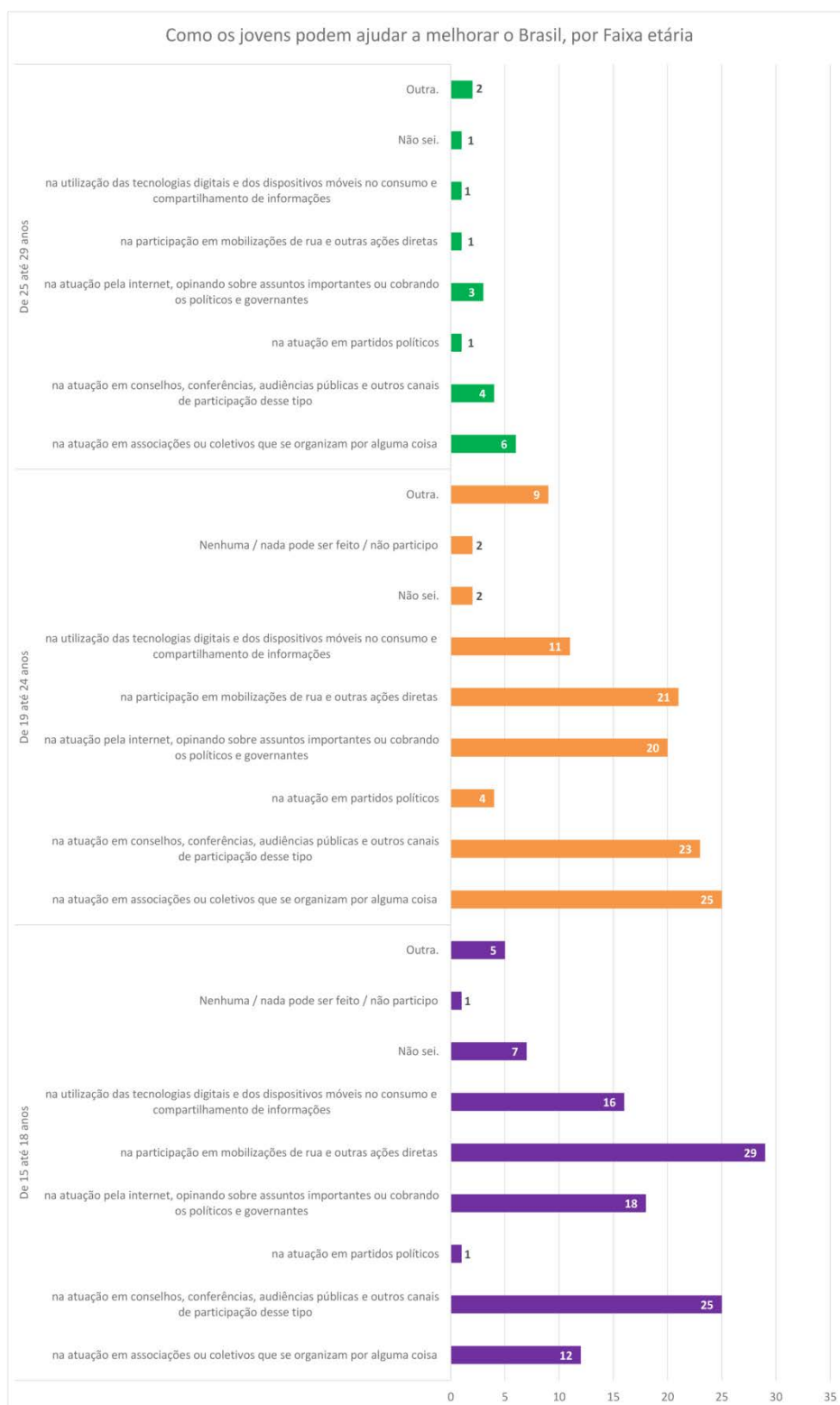
Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Como é possível perceber, não há muitas divergências entre as faixas de idade. Notamos apenas que a “destruição do meio ambiente” é preocupação maior entre os mais velhos e que, em contrapartida, o interesse na “falta de perspectiva profissional para os jovens” é maior no público de 15 a 18 anos [provavelmente, por

ainda estarem se inserindo nos ambientes universitários e no próprio mercado de trabalho]. Para finalizar, é válido assinalar o pequeno número de jovens, das três faixas etárias, que se preocupam com as questões de “acesso às tecnologias” – talvez por terem acesso facilitado a esse contexto e/ou por não se atentarem ao fato da “inclusão digital” não acontecer homogeneamente nos mais diversos setores sociais.

A última questão do bloco sobre “os jovens e as juventudes” trata de uma questão subjetiva, mas que pode trazer vários indícios sobre os comportamentos predominantes no grupo analisado. Foi perguntado qual das alternativas mostra a principal forma dos jovens melhorarem o Brasil e, em seguida, construiu-se o Gráfico 16, que evidencia os resultados obtidos, nos três grupos de idade.

**Gráfico 16 - Como os jovens podem ajudar a melhorar o Brasil**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Observando-se as tendências apresentadas no Gráfico 16, percebemos um grupo de respostas bastante heterogêneo. Ao mesmo tempo em que

aparticipação em mobilizações de rua e na ação direta em organizações, associações e arenas de debate são valorizadas, notamos uma idealização da internet e das tecnologias digitais como facilitadoras dos debates político-sociais e como arenas efetivas para a melhora dos problemas enfrentados pelo país.

A tendência é de equilíbrio entre as opções “na atuação em conselhos, conferências, audiências públicas e outros canais de participação desse tipo” (52 respostas – 20,8% do total); “na participação em mobilizações de rua e outras ações diretas” (51 respostas – 20,4%); “na atuação em associações ou coletivos que se organizam em prol de alguma coisa” (43 – 17,2%). Somadas, as opções que valorizam o papel da internet e das tecnologias digitais nessa melhoria social também têm um forte apelo junto ao público, totalizando 69 respostas e 27,6%.

Esses jovens, das três faixas etárias, acreditam no potencial da internet e das redes sociais online, mas acham necessárias as mobilizações de rua, a participação em conselhos, grupos de debate, associações ou coletivos. Gobbi (2012) afirma que a internet aparece como palco de debate sobre as questões sociais, preocupação com a desigualdade e questões políticas. É como se esse jovem agora tivesse voz para as mobilizações mais intensas e frequentes organizadas de maneira diferente do que faziam as gerações anteriores.

Fato curioso é que, como visto em questão anterior<sup>68</sup>, a participação em grupos sociais e políticos é muito baixa, mas a valorização dos movimentos de rua – como os movimentos de junho de 2013 e as atuais mobilizações pró e contra governo – é crescente. Martin-Barbero (2008) afirma que os jovens latino-americanos estão entendendo novas maneiras de se organizarem e discutirem político e socialmente, na nova era mediada pelas mídias e tecnologias digitais. Outros apontamentos interessantes são o fato de que a confiança nos partidos políticos é muito baixa, nas três faixas de idade, e de que a participação em coletivos temáticos tende a se fortalecer a partir da faixa de 19 a 24 anos – idade universitária, em que movimentos desta categoria tendem a ganhar mais força.

Conhecendo um pouco mais sobre o nosso público, podemos, agora, trazer um olhar analítico sobre o comportamento midiático digital desses bauruenses.

---

<sup>68</sup>Que mapeava as principais formas de lazer e atividades frequentes.

### **5.3 Jovens bauruenses: comportamentos midiático-digitais e sociabilidades**

Nos tópicos anteriores, fizemos uma descrição das características dos jovens que participaram da pesquisa e trouxemos uma série de reflexões sobre a ideia de juventude que eles têm. A partir de agora, o foco é na última divisão proposta, centrada no uso e consumo das mais diversas mídias. Além disso, observamos a relação desse público com o ambiente digital e tecnológico. E, por fim, uma reflexão sobre as questões geracionais e de juventude, e a análise sobre as terminologias midiático-geracionais defendidas pelos autores de nosso referencial.

#### **5.3.1 *Frequência de uso dos diversos meios, veículos ou mídias***

A pergunta inicial proposta no questionário buscou mapear a frequência/intensidade de uso dos mais diversos aparatos midiáticos e mídias, dando liberdade para que os respondentes selecionassem apenas dos cinco mais importantes<sup>69</sup>. Para isso, as opções foram: „várias vezes ao dia“, „diário“, „semanal“, „mensal“ e „raramente“. Vale frisar que, caso quisessem assinalar mais opções [por se identificarem com mais itens], os resultados não seriam prejudicados, pois o que analisamos foi a quantidade total de seleções em cada tipo de meio, veículo e/ou mídia. Apenas escolhemos tal proposta de direcionamento para a questão, com o intuito de evitar que os respondentes considerassem o questionário cansativo e/ou muito extenso.

Os dados obtidos pelas questões iniciais foram interessantes, pois houve um total predomínio das mídias digitais e da internet sobre todas as outras mídias propostas. Embora a reflexão teórica e as impressões dos pesquisadores já apontassem para uma participação efetiva das tecnologias e mídias digitais, os resultados corroboraram o forte uso desse tipo de plataformas e ambientes midiáticos.

As duas opções que tiveram mais destaque foram a internet e as redes sociais. Outras opções foram: celulares, *Smartphones* e aplicativos em geral. As mídias analógicas tiveram pouquíssimo apelo, com destaque para a televisão

---

<sup>69</sup> Detalhamento de todas as questões tá no Questionário Proposto “Perfil midiático-digital do jovem de Bauru-SP (ANEXO 01).

fechada, que, dentre elas, foi a mais citada. A televisão aberta apareceu logo após, seguida de muito longe por jornais e revistas.

Levando em conta todo o público de 15 a 29 anos – e totalizando exatamente 250 respostas – 176 pessoas (81,9%) assinalaram a internet e afirmaram utilizá-la várias vezes ao dia e outras 31 (14,4%) fazem uso diário. Dos que a escolheram, apenas seis afirmaram usar semanalmente e duas, raramente.

Podemos observar que as posições que ficaram mais bem colocadas também estão relacionadas ao mundo digital e à própria internet, sendo indissociáveis, em muitas vezes. As redes sociais, com um altíssimo número de escolhas, totalizaram 169 jovens (81,3%) com a alternativa “várias vezes ao dia”, 34 (16,3%) diariamente e cinco deles, semanalmente. É muito importante ressaltar que absolutamente ninguém acabou escolhendo as opções “mensal” e “raramente”. Ainda, 156 entrevistados afirmaram utilizar o celular várias vezes ao dia. Pensando na mesma frequência de uso, outras 130 escolheram a opção *Smartphone* e 114 aplicativos em geral.

Quanto às mídias ditas tradicionais, um fato curioso pode ser notado. Surpreendentemente, no perfil de jovens atingidos pela pesquisa, a televisão fechada, a cabo ou via satélite, foi mais citada do que a própria televisão aberta. Tal fato mostra uma realidade diferente dos dados de consumo midiático nacional e evidenciam um comportamento de uso de mídias específico, muito provavelmente devido à expansão desse segmento na classe média – público predominante nesta pesquisa.

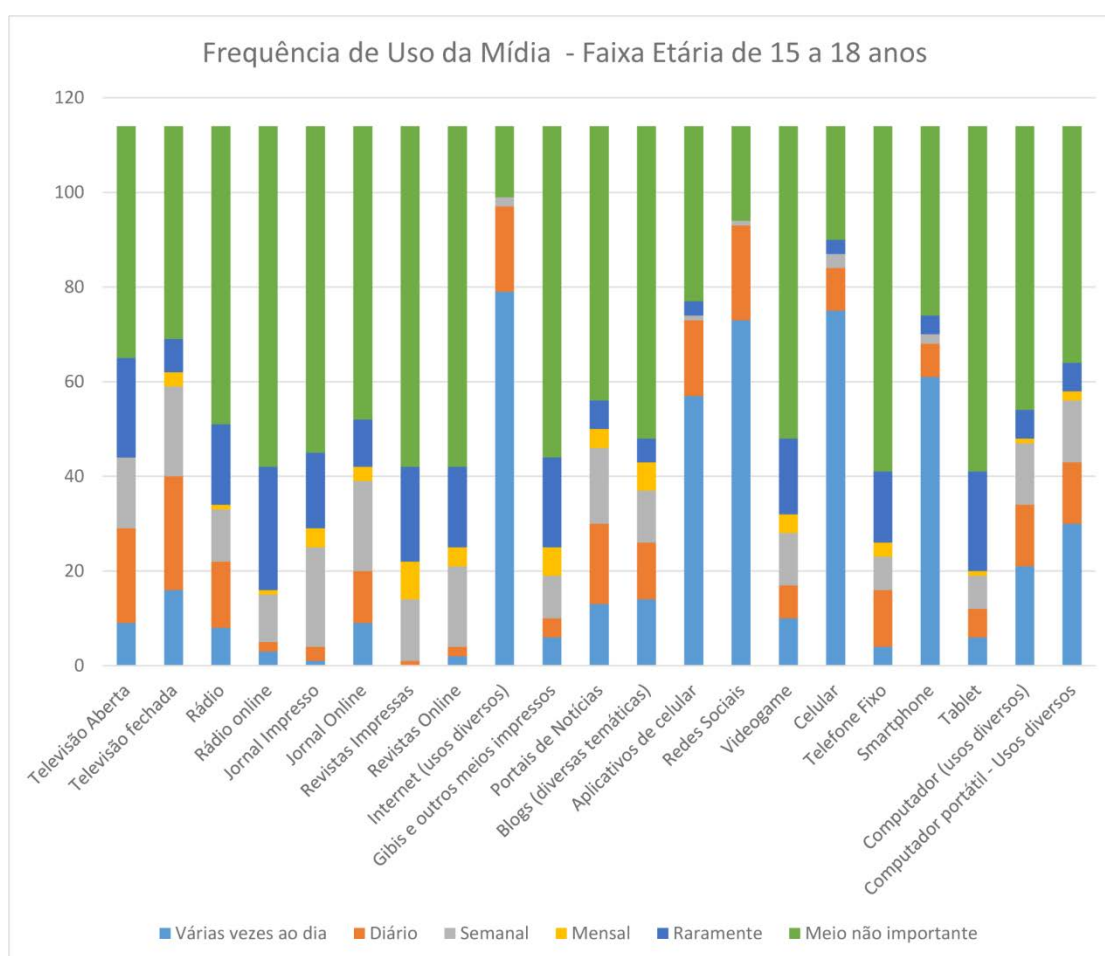
Em relação à televisão fechada, houve uma notória distribuição entre as alternativas de intensidade do uso. Tivemos um total de 156 respostas, mas 27 delas marcavam a opção “raramente”. Apenas 28 (17,9% do total de pessoas que assinalaram a opção) escolheram “várias vezes ao dia” e outras 57 (36,5%) fazem o uso diário. Na televisão aberta, a tendência de distribuição também aconteceu, mas a quantidade de pessoas que escolheram esta mídia foi ainda menor. São 142 respostas, mas 47 delas estão na opção “raramente”. Apenas 18 (12,7% dos que assinalaram a opção) afirmam utilizar “várias vezes ao dia” e outras 42 (29,6%) fazem uso “diário”.

Notamos, portanto, que proporcionalmente a televisão paga é mais procurada que a própria TV aberta. Isso se fortalece, provavelmente, pela maior demanda de conteúdos, maior segmentação e pela flexibilização da programação

com os conteúdos *on-demand*. Evidentemente, que o público da pesquisa ser majoritariamente de classe média e o fato de existir diversas opções de operadoras de TV fechada na cidade de Bauru também são fatores decisivos neste contexto.

Os gráficos e tabelas a seguir detalham as análises, nas faixas etárias consideradas, buscando evidenciar possíveis diferenças ou similaridades. Sendo assim, a Tabela 3 e o Gráfico 17 dizem respeito às respostas dos mais novos (que totalizaram 114 participações ao todo).

**Gráfico 17 - Frequência do uso de mídias, na faixa etária de 15 a 18 anos**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

**Tabela 3 - Frequência de Uso dos Meios, Veículos ou Mídias - de 15 a 18 anos**

Frequência de uso e os meios, veículos ou mídias mais utilizados pelo Jovem em seu cotidiano	Várias vezes ao dia	Diário	Semanal	Mensal	Raramente	Meio não importante
Televisão Aberta	9	20	15	0	21	49
Televisão fechada	16	24	19	3	7	45
Rádio	8	14	11	1	17	63
Rádio online	3	2	10	1	26	72
Jornal Impresso	1	3	21	4	16	69
Jornal Online	9	11	19	3	10	62
Revistas Impressas	0	1	13	8	20	72
Revistas Online	2	2	17	4	17	72
Internet (usos diversos)	79	18	2	0	0	15
Gibis e outros meios impressos	6	4	9	6	19	70
Portais de Notícias	13	17	16	4	6	58
Blogs (diversas temáticas)	14	12	11	6	5	66
Aplicativos de celular	57	16	1	0	3	37
Redes Sociais	73	20	1	0	0	20
Videogame	10	7	11	4	16	66
Celular	75	9	3	0	3	24
Telefone Fixo	4	12	7	3	15	73
Smartphone	61	7	2	0	4	40
Tablet	6	6	7	1	21	73
Computador (usos diversos)	21	13	13	1	6	60
Computador portátil - Usos diversos	30	13	13	2	6	50

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Notamos que, assim como nas análises gerais, há uma surpreendente predominância das mídias digitais. Os números são ainda mais enfáticos, visto que nas opções internet e redes sociais, absolutamente ninguém assinalou as alternativas “mensal” e “raramente”. Além disso, apenas 15 jovens dessa faixa etária não escolheram a internet como prioridade e 20 deles não selecionaram as redes sociais online. Interessante frisar que, diferentemente da quantidade considerável que selecionou as opções celulares e *Smartphones*, o uso de *tablets* é muito baixo, visto que 21 utilizam raramente e 73 não o consideram como prioritário (94 pessoas das 114 respostas dessa faixa etária). Como veremos em debates posteriores, essa é uma tendência de todas as faixas etárias.



Notamos que os fenômenos apontados até agora neste tópico são todos confirmados pelo gráfico anterior. A grande maioria dos meios, veículos ou mídias que tem uso diário estão relacionados às tecnologias digitais e à internet. A imersão na lógica midiático-digital é nítida nestes jovens e o enfraquecimento de mídias tradicionais como a televisão e o rádio é perceptível, surgindo novos modelos de uso e consumo.

Dado que não pode ser desprezado é a pouca importância que as mídias impressas têm para esse público. De um total de 114 respostas dessa faixa etária, apenas uma afirmou fazer uso diário das revistas impressas e 13 uso semanal (além de outras alternativas menos citadas), enquanto 72 nem assinalaram essa opção. Os jornais impressos e a opção “gibis e outros meios impressos” seguem exatamente a mesma tendência, num evidente distanciamento desse grupo desta modalidade midiática. Como curiosidade, podemos notar que os jornais e revistas online são mais procurados que as publicações impressas de gênero semelhante.

Dois dados chamaram a atenção. Os blogs, embora com resultados ainda tímidos, aparecem com apelo semelhante aos portais de notícia e aos jornais online, mostrando-se uma nova fonte de informação e entretenimento que tem ganhado espaço na rotina dos mais jovens. Além disso, de forma marcante, os videogames não apareceram entre as mídias mais utilizadas, muito provavelmente pela expansão dos jogos online, via dispositivos móveis e/ou computadores.

A Tabela 4, a seguir, mostra os dados do público que tem entre 19 e 24 anos, dando sequência ao conjunto de análises proposto.

**Tabela 4 - Frequência de Uso dos Meios, Veículos ou Mídias - de 19 a 24 anos**

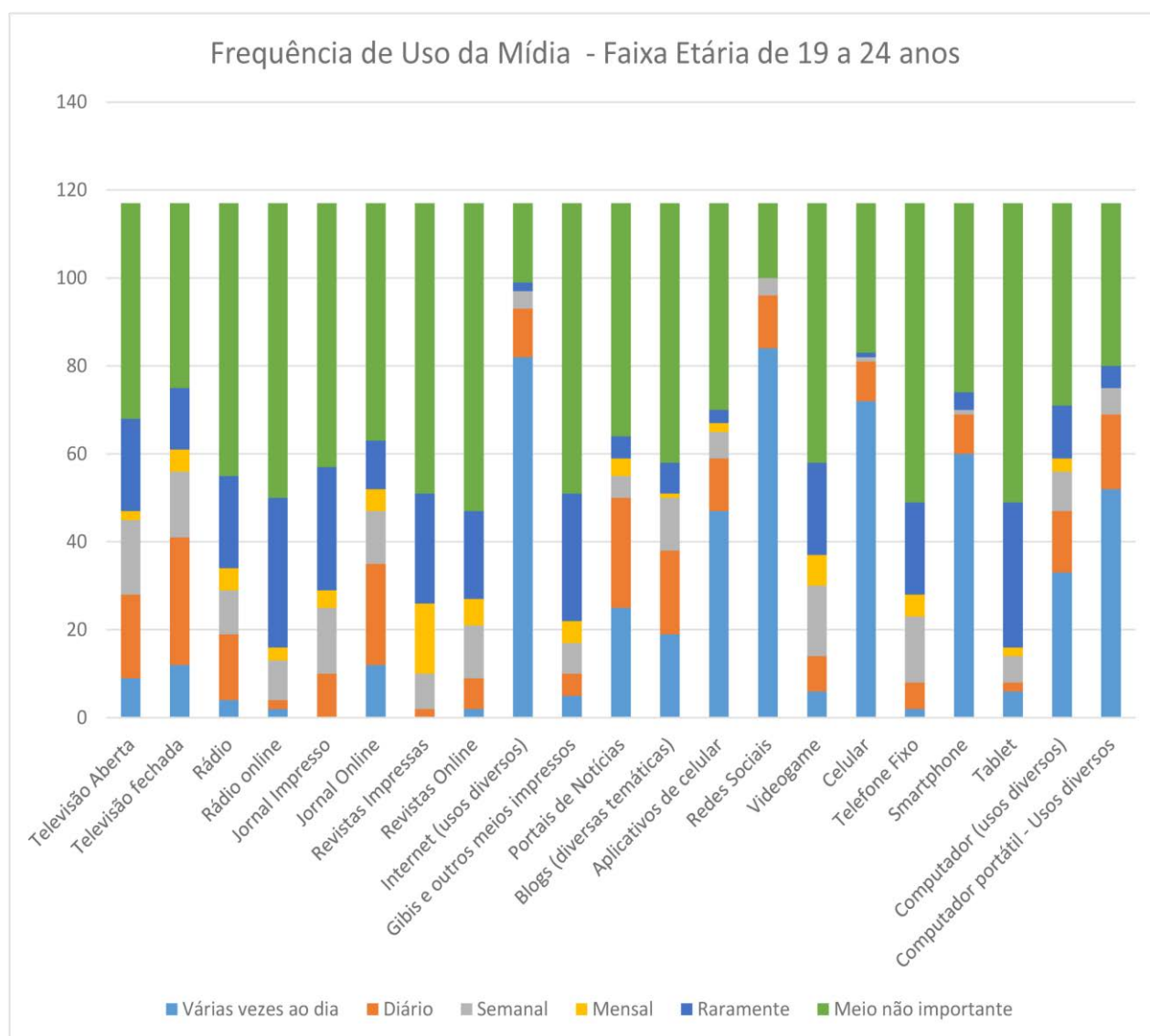
Frequência de uso e os meios, veículos ou mídias mais utilizados pelo Jovem em seu cotidiano	Várias vezes ao dia	Diário	Semanal	Mensal	Raramente	Meio não importante
Televisão Aberta	9	19	17	2	21	49
Televisão fechada	12	29	15	5	14	42
Rádio	4	15	10	5	21	62
Rádio online	2	2	9	3	34	67
Jornal Impresso	0	10	15	4	28	60
Jornal Online	12	23	12	5	11	54
Revistas Impressas	0	2	8	16	25	66
Revistas Online	2	7	12	6	20	70
Internet (usos diversos)	82	11	4	0	2	18
Gibis e outros meios impressos	5	5	7	5	29	66
Portais de Notícias	25	25	5	4	5	53
Blogs (diversas temáticas)	19	19	12	1	7	59
Aplicativos de celular	47	12	6	2	3	47
Redes Sociais	84	12	4	0	0	17
Videogame	6	8	16	7	21	59
Celular	72	9	1	0	1	34
Telefone Fixo	2	6	15	5	21	68
Smartphone	60	9	1	0	4	43
Tablet	6	2	6	2	33	68
Computador (usos diversos)	33	14	9	3	12	46
Computador portátil - Usos diversos	52	17	6	0	5	37

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

A quantidade total de respostas desta faixa etária é de 117, muito próximo do número de respondentes mais novos (114) e, na análise dos dados, percebemos que as diferenças são pouquíssimas entre ambas as faixas. Assim como nos dados gerais, a quantidade de pessoas que deu destaque à internet, às redes sociais, aos celulares, aos *Smartphones* e aos aplicativos é muito maior que os de qualquer outra mídia. Além disso, observamos a baixa adesão aos *tablets*, a baixíssima procura por publicações impressas e o pouco [quase irrisório] destaque dado ao rádio. Novamente, a procura pela televisão fechada é sutilmente superior à aberta e fica nítido que as mídias analógicas perdem força, mesmo neste recorte etário pouco mais velho.

As tecnologias e mídias digitais se mostram cada vez mais importantes na rotina dos jovens, embora a apropriação delas não seja um fator exclusivamente etário, que tenha se expandido consideravelmente também entre os adultos. Sendo assim, para ampliarmos a reflexão sobre os participantes de 19 a 24 anos, traremos o Gráfico 18, que ilustra detalhadamente as respostas trazidas pela Tabela 4.

**Gráfico 18 - Frequência do uso de mídias, na faixa etária de 19 a 24 anos**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado.

A procura por jornais online tem números mais modestos, mas a busca por portais de notícia é bastante considerável. Dos 117 participantes desse recorte etário, 64 citaram esses portais, sendo que 25 deles afirmam utilizar várias vezes ao dia e outros 25, diariamente. Esses números são superiores a todos os outros meios

tradicionalmente noticiosos, tanto impressos quanto online. Ampliando a característica vista entre os mais novos, o uso de blogs também atinge um número considerável, com nítida expansão em curso.

Existe uma tendência de os computadores portáteis (notebooks) serem mais utilizados e mais citados que os computadores tradicionais [também observada nos dados totais e nos resultados dos respondentes mais novos]. Porém, a proporção e a frequência de uso dos dois tipos são maiores no público de 19 a 24 anos, visto que mais pessoas assinalaram/escolheram<sup>70</sup> estas opções, além da mais expressiva quantidade de jovens que apontaram o uso várias vezes ao dia e diariamente.

No último recorte etário, faixa dos 25 a 29 anos, foram ao todo 19 respostas. Mesmo sendo uma quantidade bem menor de informações em relação às demais idades, as mesmas tendências puderam ser constatadas. A Tabela 5 e o Gráfico 19 evidenciam de maneira mais clara essas realidades.

---

<sup>70</sup> Para fazermos essa afirmação, levamos em conta a diferença de 3 respostas existentes entre as duas faixas etárias.

**Tabela 5 - Frequência de Uso dos Meios, Veículos ou Mídias – 25 a 29 anos**

Frequência de uso e os meios, veículos ou mídias mais utilizados pelo Jovem em seu cotidiano	Várias vezes ao dia	Diário	Semanal	Mensal	Raramente	Meio não importante
Televisão Aberta	0	3	1	0	4	11
Televisão fechada	0	4	1	1	6	7
Rádio	2	0	1	0	4	12
Rádio online	0	0	0	0	6	13
Jornal Impresso	0	3	1	1	2	12
Jornal Online	2	3	1	1	1	11
Revistas Impressas	0	0	2	1	4	12
Revistas Online	1	1	0	2	3	12
Internet (usos diversos)	15	2	0	0	0	2
Gibis e outros meios impressos	0	0	2	0	5	12
Portais de Notícias	4	3	1	1	1	9
Blogs (diversas temáticas)	4	1	1	1	0	12
Aplicativos de celular	10	2	0	0	1	6
Redes Sociais	12	2	0	0	0	5
Videogame	2	1	1	0	3	12
Celular	9	0	0	0	0	10
Telefone Fixo	3	0	0	0	5	11
Smartphone	8	0	0	0	0	11
Tablet	2	2	0	0	4	11
Computador (usos diversos)	9	1	0	0	1	8
Computador portátil - Usos diversos	12	0	0	0	0	7

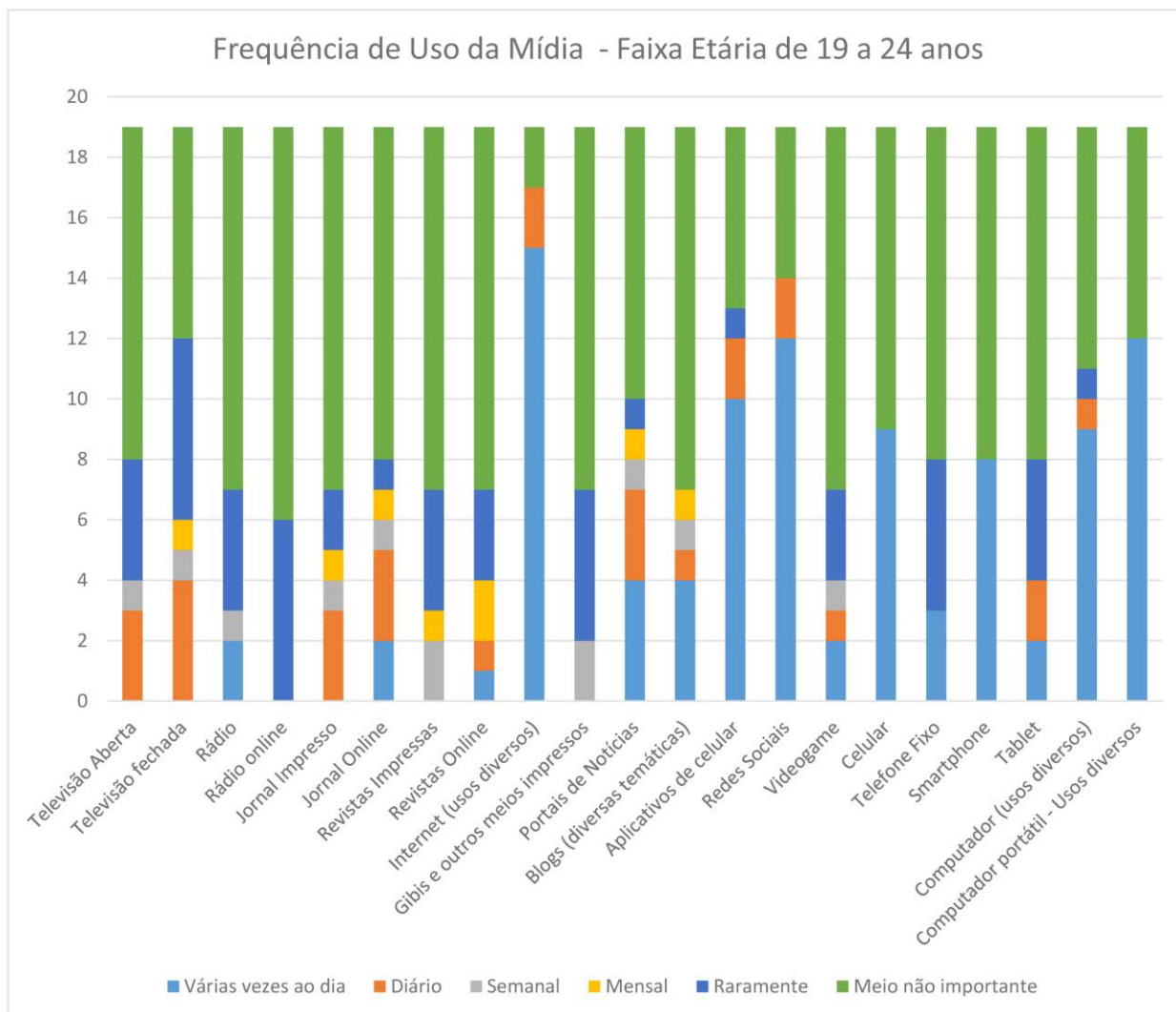
Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Novamente, a tabela está em convergência com os dados totais e com os recortes etários anteriores. As tecnologias digitais concentram os usos mais frequentes e, sem dúvidas, se mostram as opções mais citadas. A internet é a mais lembrada, pois 15 dos 19 entrevistados afirmam utilizá-la várias vezes ao dia; seguida por redes sociais, aplicativos, celulares e *Smartphones*. Além disso, as mídias impressas e o rádio são muito pouco lembrados. A TV não aparece entre os mais lembrados, existindo um equilíbrio entre as televisões paga e aberta, com uma sutil vantagem para a primeira.

O Gráfico 19, abaixo, resume e apresenta os dados citados e auxilia na separação de algumas características específicas desse grupo etário. É importante

percebermos que a escala utilizada será menor, visto que o número de respostas é bem inferior ao observado nos outros dois gráficos.

**Gráfico 19 - Frequência do uso de mídias, na faixa etária de 25 a 29 anos**



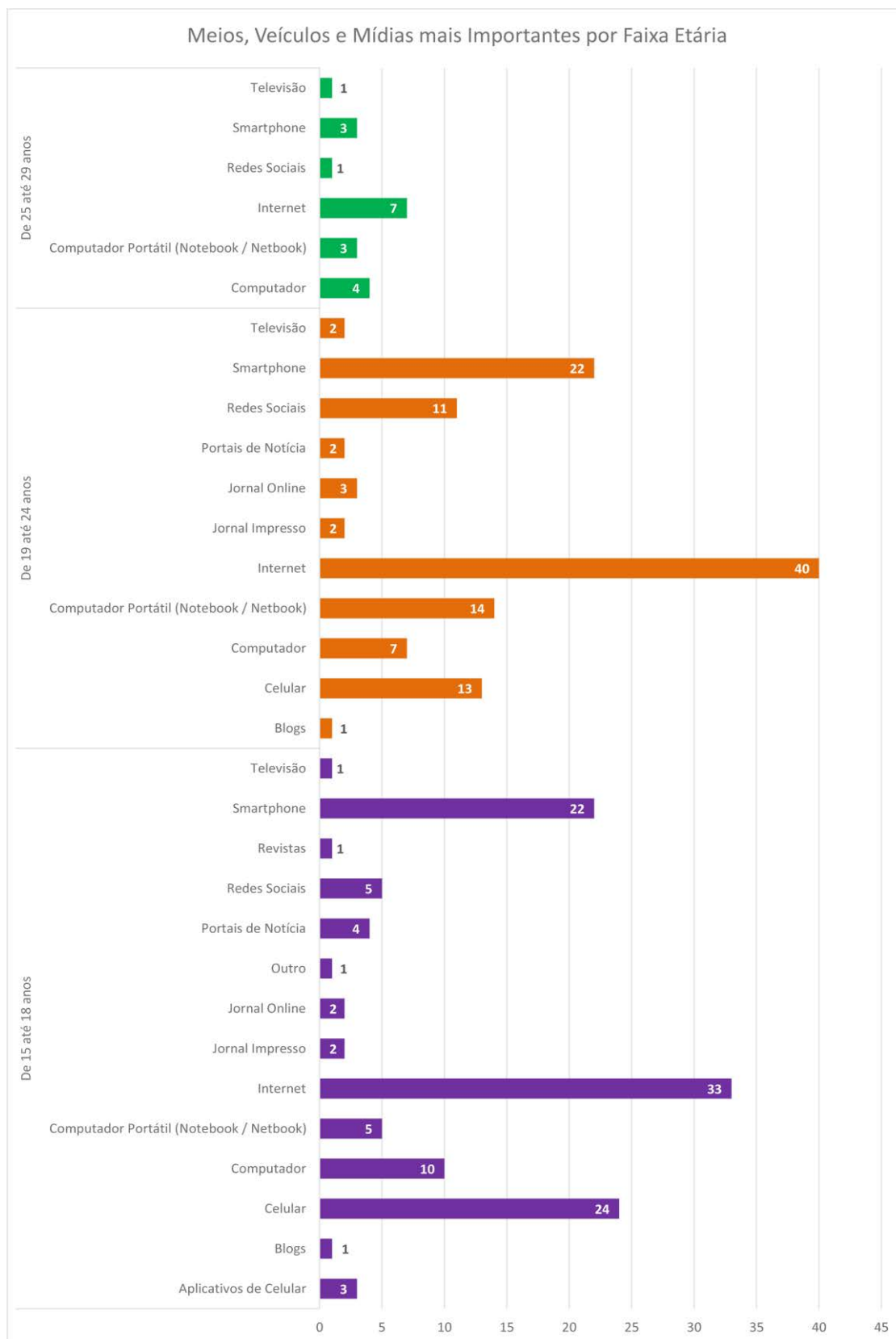
Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Analisando-se proporcionalmente observa-se uma utilização maior dos computadores, portáteis e fixos, até mesmo se comparado ao público de 19 a 24 anos. Os números de citações e a frequência de uso se equilibram nas opções “celular” e “Smartphone” pela primeira vez. É evidente que isso pode ter influência da menor quantidade de respostas, mas também pode ser entendido como uma maior necessidade de utilização prática no dia-a-dia, no ambiente de trabalho ou para os estudos em geral.

Há uma forte tendência, que é reforçada em todas as faixas etárias, de uso e consumo das tecnologias e mídias digitais. Sem dúvidas, estes recursos estão totalmente inseridos na vida da grande maioria, em escalas e de formas diferentes. Além disso, pudemos perceber que as mídias, tradicionalmente dominantes em gerações anteriores, já não tem mais tanto apelo em nenhum dos três recortes. O telefone fixo, definitivamente, já não é prioridade. O mercado do impresso, o rádio e a própria televisão aberta não estiveram entre os grandes destaques, tanto em número de citações quanto em frequência de uso. Além disso, para os jovens aqui investigados, a televisão fechada mostrou-se com números tímidos, mas em relativo fortalecimento; visto que já superou os canais abertos.

### ***5.3.2 Principais mídias e os tipos de usos mais frequentes***

Propusemos a pergunta aberta com a seguinte descrição: “Escolha qual dos meios, veículos ou mídias citadas na questão acima você considera mais importante. Cite apenas um deles”. Optamos por distribuir esses resultados por faixas etárias, para que fosse possível traçar as análises. O Gráfico 20 mostra as tendências constatadas.

**Gráfico 20 - Meios, veículos ou mídias mais importantes, por faixa etária**

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado



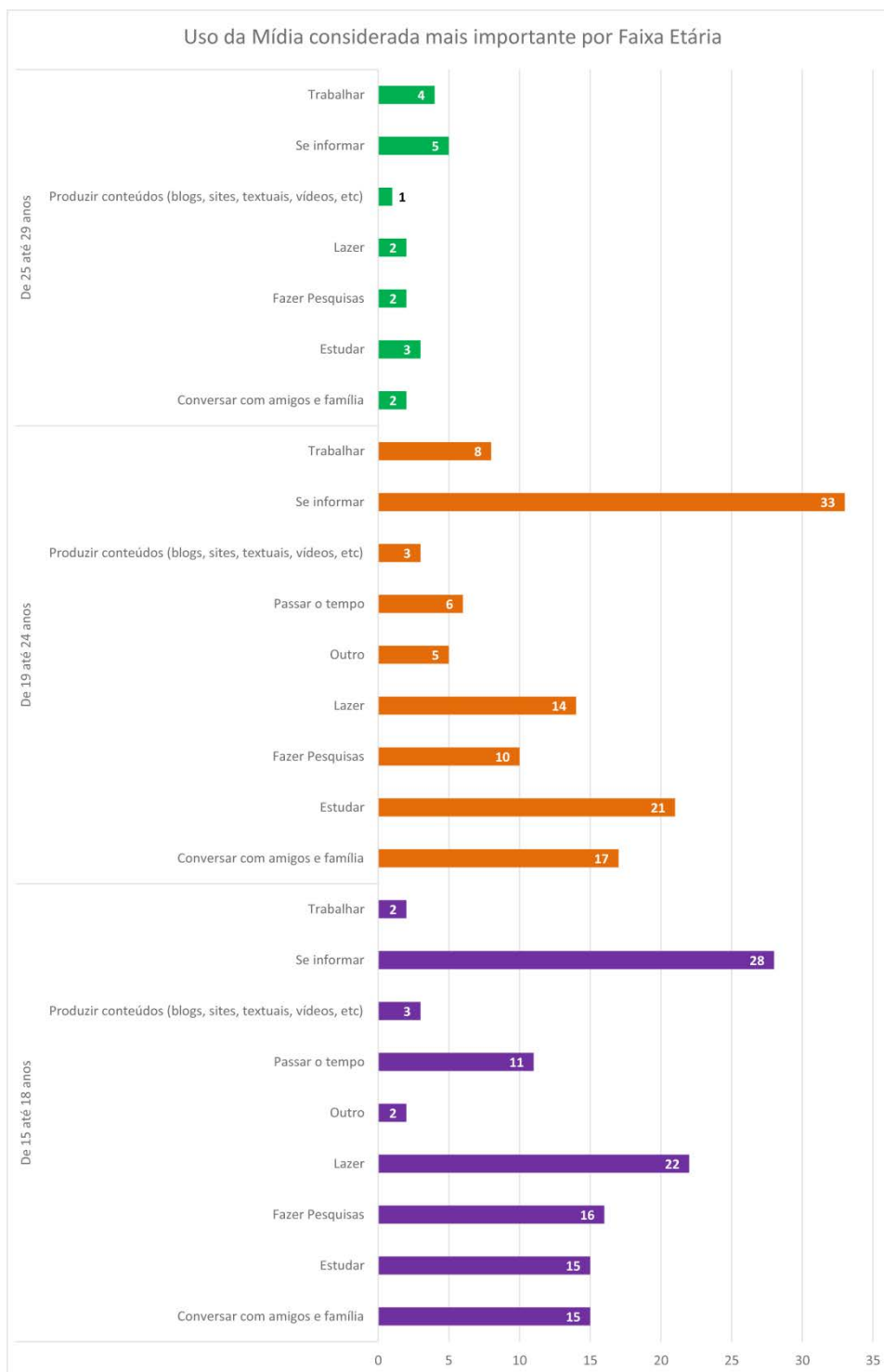
Os fenômenos observados no conjunto de questões anteriores são reforçados pelos dados do Gráfico 20. Percebemos que, para todas as faixas etárias analisadas, a internet é considerada a mídia mais importante. Esse resultado evidencia que são valorizados a conectividade e seus diversos possíveis usos. Novamente, notamos um grande domínio das mídias e tecnologias digitais, devido à baixíssima quantidade de jovens que indicaram mídias como televisão, jornais e revistas e ao fato de o rádio e outros meios analógicos nem terem sido citados como mais importantes.

Os *Smartphones*, celulares, computadores (móveis ou fixos) e as redes sociais apareceram nas posições seguintes, com considerável número de citações. De 15 a 18 anos, apenas cinco pessoas (de 114 – 4,7%) assinalaram alternativas que não estivessem relacionadas às lógicas digitais e/ou à internet. Tendência muito semelhante acontece na faixa etária de 19 a 24 anos, em que somente quatro respondentes (de 117 – 3,4%) fugiram desta tendência, dois assinalando o jornal impresso e dois a televisão. E, por fim, na faixa com menor quantidade de respostas, o fenômeno se repete. No grupo de 25 a 29 anos, dos 19 participantes, apenas um selecionou a televisão (5,2%) e os outros 18 apontaram alternativas ligadas aos aparelhos e mídias digitais, representando 94,8% sobre o grupo.

Se por um lado a frequência de uso das mídias digitais é alta, o gráfico anterior comprovou que a importância delas na vida dos jovens participantes, de todos os recortes etários, também é muito marcante. Além disso, algumas tendências observadas nas análises [por faixa etária] dos gráficos de frequência de uso foram outra vez destacadas e valem ser debatidas. Novamente, há uma maior valorização dos *Smartphones*, celulares e aplicativos na faixa mais nova (de 15 a 18 anos) e um maior destaque dado aos computadores em geral, principalmente portáteis, pelos dois outros grupos mais velhos.

Isso, para Tapscott (2010), pode estar relacionado ao fato de os mais novos estarem sendo „alfabetizados” digitalmente já na era dos *mobiles* e terem menos contato com ambientes de trabalho que demandam o uso de computadores. Já nas faixas mais velhas, embora haja grande apropriação de celulares e *Smartphones*, as demandas acadêmicas e empresariais exigem maior interação com notebooks, netbooks e computadores diversos. O Gráfico 21 traz os dados de qual é o principal uso que se faz das mídias mais importantes, buscando entender se existem pontos convergentes e divergentes entre as faixas.

**Gráfico 21 - Uso da mídia considerada mais importante, por faixa etária**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

As mídias são integradas às várias esferas da vida dos jovens que responderam à pesquisa. Se fizermos um paralelo desta pergunta com a que mapeia a mídia mais importante (Gráfico 20), podemos notar que os dados contidos no Gráfico 21 refletem, majoritariamente, os usos das mídias e das tecnologias digitais.

Vale frisar que, nesta questão, os respondentes poderiam assinalar apenas uma das opções. Percebe-se um relativo equilíbrio entre diversos tipos de atividades, sob a liderança folgada da busca por informações. Sendo assim, resgatando a soma dos dados totais, observamos um notável destaque para a opção „se informar“, com 64 respostas (25,6% do total). Contrastando esses dados com as tabelas de frequência de uso, podemos refletir que não só os portais de notícia, os jornais e revistas online e os blogs são fontes de acesso à informação, mas os sites de busca, as mídias sociais, os aplicativos de celular, além de diversos canais digitais, online e off-line.

As outras alternativas trouxeram dados muito semelhantes. A alternativa „estudar“ foi assinalada por de 39 jovens (15,6%), „lazer“ por 38 (15,2%), „conversar com a família e amigos“ por 34 (13,6%) e „fazer pesquisas“ por 28 (11,2%). Essa distribuição semelhante aponta para o fato de diferentes áreas das rotinas juvenis estarem sendo afetadas pelas diversas mídias, especificamente, pelas mídias digitais (PALFREY, GASSER, 2012). As utilizações possíveis são diversas e é viável que essa distribuição equivalente aconteça.

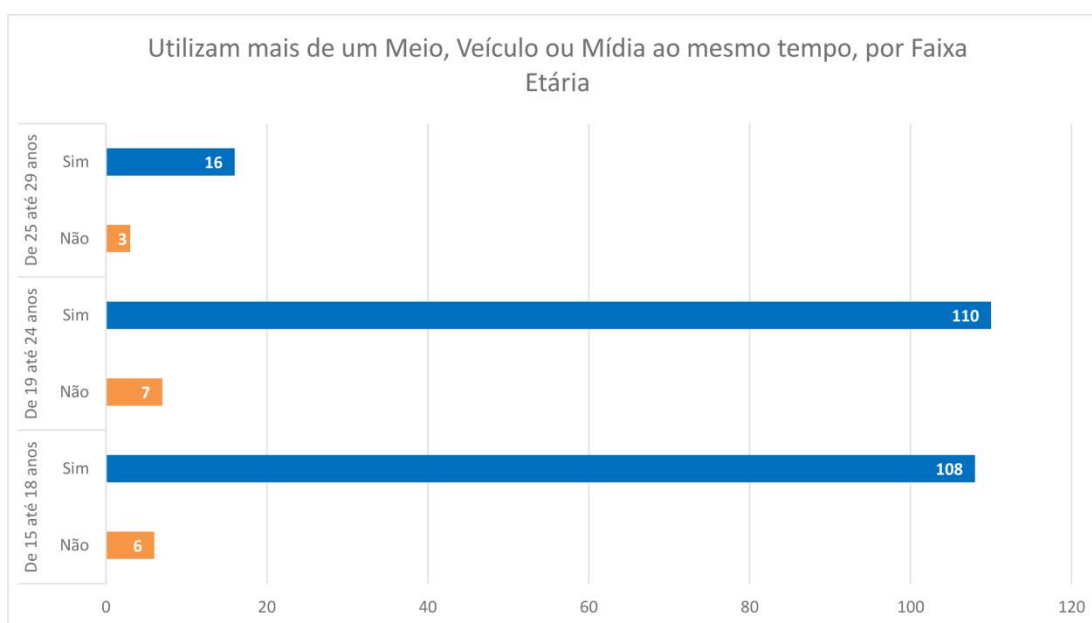
Destaque também para a pequena quantidade que escolheu a opção „produzir conteúdos“, com apenas sete respostas (2,8%). Essas discussões evidenciam que, embora Tapscott (2010) e Palfrey e Gasser (2012) apontem para o grande potencial de produção de conteúdos inéditos que esses jovens têm em suas mãos, essa não é a principal prioridade dos participantes da pesquisa.

Quando separamos tais dados por faixa etária (Gráfico 21), as principais tendências citadas anteriormente se mantêm. Porém, é evidente que algumas diferenças podem ser apontadas. Por exemplo, fica nítido o fato de mais jovens acima da faixa de 19 anos assinalarem que utilizam as mídias para „trabalhar“ e/ou „estudar“. Essa constatação vai ao encontro da discussão traçada anteriormente sobre o maior uso de computadores nas faixas etárias mais velhas. Percebemos que esses dois processos podem acontecer devido às necessidades do trabalho, dos estágios e às mais frequentes obrigações acadêmicas. Além disso, as opções „lazer“

e „passar o tempo” têm mais força entre os mais novos (de 15 a 18 anos), majoritariamente adolescentes ainda não inseridos no Ensino Superior e nem no mercado de trabalho. E válido lembrar que podemos observar esses fenômenos na descrição feita anteriormente do público da pesquisa, em que os recortes mais velhos estavam mais inseridos em ambientes acadêmicos e também nos ambientes profissionais.

A questão seguinte tratou de entender se este público utiliza [ou não] mais de um meio, veículo ou mídia ao mesmo tempo. Para isso, propusemos apenas as opções „sim” ou „não”; pedindo, a seguir, para quem respondeu de maneira afirmativa descrever quais são os aparatos midiáticos que são utilizados simultaneamente. Os resultados foram surpreendentes. De um total de 250 respostas, tivemos 234 jovens (93,6%) que afirmaram fazer uso simultâneo de aparatos midiáticos e apenas 16 (6,4%) que disseram não ter este costume. O Gráfico 22 traz esses resultados, divididos por faixas etárias.

**Gráfico 22 - Utilizam mais de um meio, veículo ou mídia, por faixa etária**



*Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado*

Nitidamente, o predomínio de participantes que utilizam vários meios, veículos ou mídias ao mesmo tempo não é um fenômeno que se mostrou diretamente relacionado com a faixa etária. Os dados indicam que esta é uma tendência comportamental de uso e consumo dos três espaços de idade analisados.

Nesse sentido, Vilches (2001) ressalta que os jovens da sociedade atual tendem a fazer várias atividades simultaneamente, principalmente no que diz respeito ao consumo midiático e à utilização de mídias e tecnologias digitais.

Essa visão é comprovada pelas respostas abertas da questão “Cite quais meios de comunicação, veículos ou mídias que você mais utiliza de forma simultânea”. Reforçando esse perfil digital que temos observado nos jovens aqui analisados, foi possível perceber que todos aqueles que responderam „sim” na questão anterior acabaram citando alguma mídia ou tecnologia digital. As combinações se mostraram diversas.

Em uma descrição mais qualitativa, podemos apontar algumas combinações mais recorrentes. São elas: entre a TV e os celulares/*Smartphones* (ou aplicativos como o *Snapchat* e *Whatsapp*); e entre a TV e os usos diversos da internet e/ou computadores. Inclusive, nas três faixas etárias, quase não houve referências a outras mídias analógicas e impressas. Fato muito curioso é que, principalmente entre os jovens de 15 a 18 anos, alguns fizeram combinações entre aparatos digitais diferentes, como “computador e *Whatsapp*”, “celular e computador” ou ainda “*Smartphone* e internet”.

É um momento oportuno para trazermos uma hipótese que se fortaleceu ao longo das análises. Fica nítido que a utilização de aplicativos e das redes sociais online para a interação interpessoal é extremamente forte, sendo, talvez, uma das mais importantes utilizações simultâneas de mídia. Percebemos que boa parte dos jovens que responderam à questão anterior acabou falando de canais online de interação com os amigos, como o *Whatsapp*, o *Facebook* e o *Snapchat*<sup>71</sup>. Tais discussões vão ao encontro do que Tapscott (2010) e Palfrey e Gasser (2012) defendem, pois os autores ressaltam a criação de canais de interação e de influência entre os mais diversos tipos de jovens. Seria uma lógica de comunicação contínua entre os pares, mediada por canais existentes na internet, nos *mobiles* e nas redes sociais online.

Uma discussão bastante interessante, baseada em Tapscott (2010), é a de que os jovens, principalmente os mais novos, são tão habituados à realidade digital que, dificilmente, conseguem observar que várias ações realizadas de seus *Smartphones* e celulares utilizam a internet para acontecer. Esse tipo de confusão

---

<sup>71</sup> Aplicativo com a finalidade de postagem e envio de fotos espontâneas para amigos, familiares e desconhecidos.

também acontece quando falamos das redes sociais online. Sendo assim, durante todo questionário, foram pensadas cuidadosamente estratégias para que os mais diversos meios, veículos e mídias digitais estivessem presentes, satisfazendo às diversas necessidades dos respondentes – e, claro, dos pesquisadores.

Por fim, concluindo esta etapa de nossas reflexões, vamos agora para a parte mais específica da análise, focada nas relações entre os jovens investigados e às diversas realidades midiático-digitais. Além das práticas de uso e consumo, também buscaremos entender pouco mais das sociabilidades estabelecidas por esse grupo.

### **5.3.3 Internet: jovens, usos e sociabilidades**

Neste tópico, o estudo das relações entre esses jovens e a internet foi utilizado como plano de fundo para compreender um pouco mais sobre as práticas online e o consumo de tecnologias digitais. Embora nas análises anteriores já tenhamos tido fortes indícios dos costumes midiático-digitais, no momento da formulação do questionário, achamos necessário uma série de perguntas mais específicas para buscar respostas para a questão central “quais os comportamentos midiático-digitais dos jovens pesquisados?”, bem como atender aos objetivos propostos. A primeira questão desse bloco foi “De quais aparelhos você acessa a internet e redes sociais?”. Poderiam ser assinaladas mais de uma alternativa, havendo a possibilidade de acrescentar outras opções se houvesse necessidade.

Quando analisamos os dados totais, olhando a somatória das três faixas etárias, podemos perceber algumas características. Temos uma liderança dos *Smartphones*, com 214 escolhas (85,6% dos respondentes), seguido pelos computadores portáteis, com 180 respostas (72%). Um pouco menos frequentes, 80 jovens (32%) selecionaram os computadores de mesa; outros 34 (13,6%) os *tablets* e, por fim, os celulares comuns com 23 (9,2%), as TVs com 16 (6,4%). Como “outras” alternativas, apareceram também os videogames (Xbox e Nintendo Wii). Se somarmos a conexão de *Smartphones* com a de celulares temos um total de 237 respostas, representando 94,8% do total.

Os participantes de nossa pesquisa apresentam uma tendência um pouco diferente da apontada pela pesquisa Juventude Conectada (2014), em que, embora a liderança também fosse dos *Smartphones*/celulares (71% do total), os

computadores de mesa apareciam mais frequentemente (62%); com os computadores portáteis totalizando 51%. Essa diferença pode ser analisada pelo fator educacional e econômico. Em oposição à pesquisa nacional, que mapeia todas as classes sociais, o nosso público é predominantemente de estratos da classe média, com forte ligação aos estudos e que, talvez por isso, possam ter mais acesso a computadores individuais. Na Tabela 6 temos o detalhamento etário dos resultados coletados.

**Tabela 6 - Aparelhos de acesso à internet e às redes sociais, por faixa etária**

Aparelhos de Acesso à Internet e às Redes Sociais	15 a 18	%	19 a 24	%	25 a 29	%
Computador de Mesa (desktop)	23	20,18	48	41,03	9	47,37
Computadores portáteis (Notebook, Netbook, etc)	72	63,16	92	78,63	16	84,21
Tablet	9	7,89	18	15,38	7	36,84
Celular comum	13	11,40	9	7,69	1	5,26
Smartphone	95	83,33	103	88,03	17	89,47
TV	5	4,39	10	8,55	1	5,26
Outro	1	0,88	3	2,56	0	0,00

Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

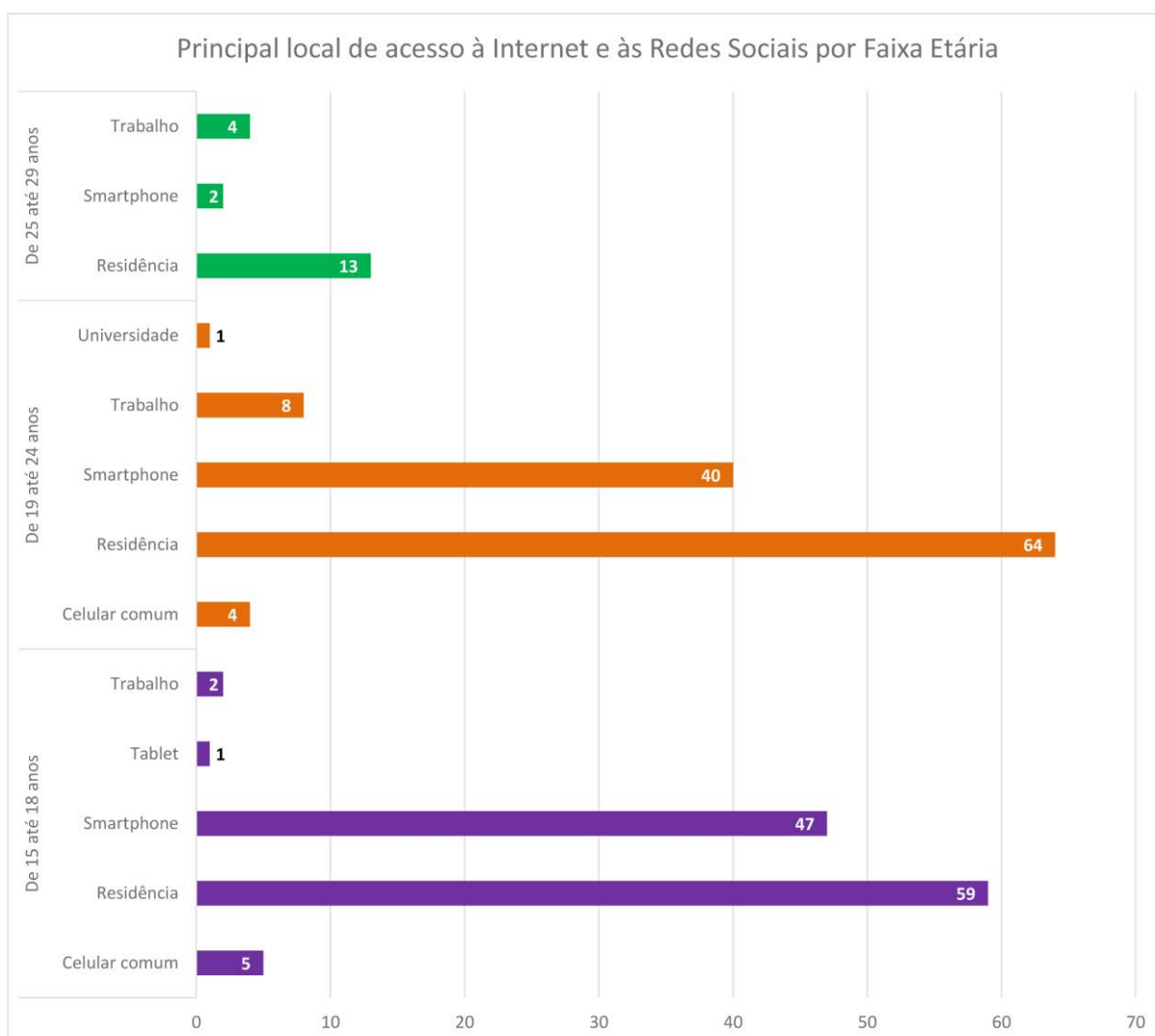
Ao analisarmos os dados, a predominância da conexão via *Smartphone* é nítida, seguida em todas as faixas etárias pelos computadores portáteis. Em geral, o acesso via *tablets* é pequeno, ganhando mais força entre os mais velhos. A TV ainda não é um ponto forte no acesso à internet.

Um dado que já foi percebido em questões anteriores, que mapeavam a frequência de uso e as mídias mais importantes, novamente aparece na pesquisa. O uso dos computadores portáteis e de mesa é nitidamente maior entre os dois recortes mais velhos. Embora o uso de *Smartphones* seja alto em todos os estratos, proporcionalmente, os computadores, principalmente portáteis, fazem parte da rotina dos jovens de 19 a 24 anos e de 25 a 29 anos de maneira muito mais evidente. Como explicado anteriormente, ao ingressarem no ensino universitário e/ou terem maiores demandas acadêmicas e profissionais, é natural que a utilização mais rotineira desses aparelhos aconteça.

Aprofundando as mesmas discussões, sobre características de uso e consumo, O Gráfico23 apresenta qual é o principal local/forma de acesso de cada um desses jovens. Nesta questão, permitimos que assinalem apenas uma opção.

Ao todo, 134 destes jovens (54,4%) afirmaram que o seu principal local de acesso à internet é a própria “residência” e 89 deles (35,6%) escolheram a opção “*Smartphone*” (predominando as conexões móveis). Todas as outras respostas tiveram uma baixíssima procura, pois apenas 14 (5,6%) assinalaram “trabalho” e nove (3,6%) o “celular comum”. As alternativas “universidade” e os “*tablets*” tiveram apenas uma resposta cada; além das opções “telecentro”, “lanhouse” e “outros” não terem sido assinaladas por ninguém.

**Gráfico 23 - Principal local de acesso à internet e às redes sociais, por faixa etária**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado



Os dados acima são válidos para pensarmos em algumas questões importantes. A pesquisa Juventude Conectada (2014) ressalta que cada vez mais o serviço de banda larga tem estado presente nas residências dos jovens brasileiros. Além disso, notamos também que há uma maior difusão dos *mobiles* e a expansão de locais com acesso *wi-fi*, além do barateamento das conexões 3G e 4G em todo o país (JUVENTUDE CONECTADA, 2014). Esses processos, juntamente com o fato de predominarem jovens de classe média como respondentes da pesquisa, certamente, influenciam no resultado explicitado pelo gráfico anterior, e ajudam a explicar a baixíssima adesão a locais públicos [de acesso coletivo].

Fazendo uma rápida leitura por faixas etárias, as grandes majorias, nos três recortes de idade propostos, afirmam ter nas residências seu principal ponto de acesso à internet. Vale frisar que, mesmo os que escolheram opções que destacavam dispositivos móveis [como o *Smartphone*], não excluíram a possibilidade de também acessar de suas casas. Essa questão busca mapear apenas o principal local de acesso, complementando os dados da questão anterior.

Percebemos pequenos indícios que devem ser comentados, pois entram em convergência com discussões expostas anteriormente, reforçando algumas tendências. Enquanto as faixas etárias mais velhas, principalmente o público de 25 a 29 anos, tem mais ligação aos locais de acesso fixo [como as residências e os ambientes de trabalho], o público mais novo tende a valorizar conexões portáteis, utilizando mais os celulares/*Smartphones*. A diferença é bastante sutil, mas reforça tendências, como o fato de as faixas mais velhas estarem mais ligadas e terem maior utilização dos computadores.

Tapscott (2010) afirma que é natural, entre os jovens conectados mais novos, a valorização da mobilidade, portabilidade e das conexões flexíveis. É interessante ressaltar que há uma aparente „confusão” entre o local e o modo/dispositivo de acesso. Isso evidencia que, para os jovens analisados, os locais ou dispositivos não são fatores básicos [e determinantes], pois eles farão isso nos mais variados locais em que haja possibilidade de acesso.

Dando continuidade ao olhar proposto sobre o comportamento midiático-digital dos jovens bauruenses, mapearemos quais atividades são realizadas ao mesmo tempo em que eles utilizam a internet. Por se tratar de uma questão que trata as sociabilidades, o que está entorno de suas práticas online, faremos uma

análise conjunta, observando os dados totais e apenas fazendo breves apontamentos para exceções etárias. A Tabela 7 mostra esse panorama, dividindo as respostas pelos recortes etários. Vale frisar que foi pedido que os participantes assinalassem até três alternativas, das expostas abaixo.

**Tabela 7 - Atividades paralelas ao uso da internet, por faixas etárias**

Atividades paralelas ao uso da Internet	15 a 18	%	19 a 24	%	25 a 29	%
Assistir Televisão	86	75,44	73	62,39	12	63,16
Ouvir Rádio	24	21,05	20	17,09	3	15,79
Ler jornais ou revistas (impressos)	6	5,26	14	11,97	1	5,26
Assistir aulas	32	28,07	38	32,48	4	21,05
Praticar algum esporte	5	4,39	5	4,27	0	0,00
Participar de algum encontro com amigos	27	23,68	32	27,35	6	31,58
Participar de festa ou show	21	18,42	16	13,68	1	5,26
Fazer as refeições	54	47,37	52	44,44	11	57,89
Dedicar um tempo exclusivamente para utilizar a Internet	19	16,67	30	25,64	4	21,05
Outros	3	2,63	6	5,13	2	10,53

*Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado*

O resultado mais marcante desta questão foi o fato de expressivos 171 jovens (68,4%) assinalarem a opção “assistir televisão”, mantendo a liderança tranquila em todas as faixas de idade. Não há como passarmos por tal informação, sem refletir sobre os dados ligados à televisão, apresentados anteriormente nesta pesquisa. Quando mapeamos os principais meios e a frequência de uso, essa mídia não foi protagonista e, em alguns casos, mostrou pouco apelo com o público estudado. Agora, no momento em que a tratamos como companhia da internet e das redes sociais, ela se mostra a mais importante atividade „secundária” na rotina desse público.

É um fenômeno curioso, percebido por Tapscott ao afirmar que “[...] a Geração Internet assiste menos televisão do que seus pais, e o faz de uma maneira diferente”. O autor afirma que ao mesmo tempo em que assiste televisão é provável que o “[...] jovem da Geração Internet ligue o computador e interaja simultaneamente

com várias janelas diferentes [...] e [também]<sup>72</sup> assista à televisão. A tevê se tornou uma espécie de música de fundo para ele” (TAPSCOTT, 2010, p.32). Além disso, notamos que, em proporção muito menor, acontece um fenômeno semelhante em relação ao rádio.

Com destaque em todas as faixas de idade e se mostrando como absoluta segunda posição, os jovens participantes também tem o costume de utilizar a internet enquanto fazem as refeições. A opção “assistir aulas” também ganha evidência, seguida de perto pela “participar de encontro com os amigos”. Há quem dedique um tempo exclusivo à internet, embora esse número mostre não ser majoritário.

O próximo tópico vai trabalhar mais especificamente o tipo de uso da internet, buscando os índices de interação e/ou atividades mais frequentes. É importante ressaltar que o respondente poderia selecionar até três alternativas. Refletindo sobre tal contexto, Palfrey e Gasser (2012) indicam que as possibilidades de interação do mundo online são diversas e os tipos de utilização podem variar bastante de um grupo para outro. Por este motivo, a partir dos jovens que aceitaram participar de nossa pesquisa, buscaremos indícios de como acontecem esses movimentos, tentando estabelecer impressões sobre as principais práticas e costumes, nesta lógica conectada.

Entre as quatro opções mais assinaladas, três delas estão relacionadas a conteúdos de lazer e entretenimento. Nas primeiras posições, tecnicamente empatadas, estão as alternativas “baixar/ouvir músicas”, com 123 respostas (49,2% do total de respondentes), e “conteúdos de entretenimento nas redes sociais”, com 122 respostas (48,8%). Em seguida, aparecem também, praticamente empatadas, a opção “conteúdos jornalísticos nas redes sociais”, escolhida por 105 jovens (42%), e “consumo de áudios/vídeos”, com 103 respostas (41,2%). Streaming de séries e filmes, ações diversas nas redes sociais e postagem de fotos e vídeos também superaram a marca de 20% de respondentes. Embora represente uma pequena proporção, um dado interessante é que alguns desses jovens utilizam o espaço online para jogar e interagir com diversos tipos de games, como pudemos observar através da opção “outros”.

---

<sup>72</sup> Complemento nosso.

Embora sejam jovens que dizem utilizar as mídias digitais para o estudo, que priorizam a formação acadêmica e que mostram preocupação com a qualidade da educação no Brasil, não houve referência direta a esse contexto [educacional e/ou de estudo] nas principais interações online. Ou seja, quando falamos do uso mais frequente de internet, percebemos a predominância do “passatempo” e do lazer. A Tabela 8, abaixo, apresenta os detalhes dessas respostas, separadas a partir das faixas de idade propostas pela presente pesquisa.

**Tabela 8 - Índices de maior interação online, por faixas etárias**

Índices de maior interação ou atividade online	15 a 18	%	19 a 24	%	25 a 29	%
Criação e atualização de blogs / fotologs	5	4,39	13	11,11	2	10,53
Criação e atualização de websites	1	0,88	6	5,13	3	15,79
Produção de Vídeos (Programetes / videocast)	6	5,26	3	2,56	2	10,53
Produção de áudio (podcast)	2	1,75	3	2,56	2	10,53
Baixar / Ouvir Músicas	67	58,77	53	45,30	4	21,05
Streaming de Séries / Filmes	32	28,07	32	27,35	10	52,63
Consumo de Vídeos e Áudios	39	34,21	55	47,01	10	52,63
Conteúdos de Entretenimento nas Redes Sociais	60	52,63	57	48,72	6	31,58
Conteúdos jornalísticos nas redes sociais	33	28,95	64	54,70	9	47,37
Apenas Comentários, compartilhamentos e postagem nas redes sociais	24	21,05	28	23,93	1	5,26
Postagem de fotos e vídeos nas redes sociais	33	28,95	19	16,24	6	31,58
Tenho pouca ou nenhuma produção e interação	6	5,26	6	5,13	1	5,26
Outro	11	9,65	5	4,27	4	21,05

*Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado*

Começando por fenômenos recorrentes em todas as faixas etárias, notamos os baixos índices de produção online desses jovens. Comprovando as tendências da pesquisa Juventude Conectada (2014) e reforçando uma característica já observada e discutida anteriormente nesta pesquisa, a atualização e/ou criação de blogs, sites, canais, vídeos e áudios próprios é muito pouco explorada no público analisado. Embora as possibilidades de produção conectada sejam diversas, o aproveitamento desse potencial não tem se mostrado como uma

realidade, confrontando algumas generalizações de que, hoje, os jovens são „produtores de conteúdo midiático e cultural“.

Em contrapartida, percebemos que estes jovens têm bastante participação nas redes sociais online, independentemente da idade. Os tipos de interação são diversos e variam sutilmente, não havendo uma homogeneidade entre os diferentes intervalos etários. Compartilhamento de conteúdos diversos, postagens de fotos e vídeos nas redes sociais, comentários e curtidas tem se mostrado rotina na vida da grande maioria do público atingido por nossa investigação.

Se observarmos o público mais jovem, os conteúdos de entretenimento nas redes sociais são relativamente mais valorizados e têm mais destaque. Em oposição, a busca por conteúdos jornalísticos é notavelmente maior nas faixas etárias de 19 a 24 anos e de 25 a 29. Retomando algumas discussões anteriores, conclusões semelhantes foram obtidas quando observamos a frequência de uso/consumo dos aparatos midiáticos e também quando mapeamos os principais usos. Ou seja, o público mais velho indica um maior interesse por informações, especificamente por diversos tipos de conteúdos jornalísticos.

O questionário também propôs uma questão complementar à analisada. Aos respondentes, foi solicitado “Escreva qual das atividades citadas na questão anterior você considera mais importante. Cite apenas uma”. Fazendo-se a filtragem dos dados, pudemos observar exatamente as tendências deduzidas através do gráfico de respostas. O público de 15 a 18 anos prioriza músicas e vídeos, além dos conteúdos diversos de entretenimento; os jovens de 19 a 24 evidenciaram uma clara preferência por conteúdos jornalísticos e os de 25 a 29, embora seja um corpus menor, mostraram serem fortes consumidores de filmes e séries, somados também ao consumo de informações [principalmente jornalísticas].

Por fim, esses jovens utilizam a internet para consumir conteúdos tradicionalmente pertencentes a outras mídias. A convergência de conteúdos (JENKINS, 2009) é muito forte, evidenciando que grande parte das atividades online está relacionada ao consumo – seja por meio de streaming ou download – de músicas, áudios, vídeos curtos, filmes e/ou séries televisivas. Esse processo evidencia que a internet, na verdade, é uma plataforma multimídia que oferece opções variadas e que tem “tomado o espaço” de outras mídias na rotina desses grupos (GOBBI, 2012).

Terminaremos esse tópico propondo uma análise diferenciada das relações dos jovens com a internet e com as redes sociais. Na questão “assinale até 3 (três) alternativas que melhor representem os temas que mais o preocupam e que mais você discute (com amigos, familiares, desconhecidos) em suas interações nas redes sociais e/ou internet”, nosso objetivo foi o de mapear assuntos que geram preocupação e que são discutidos, compartilhados e comentados. Para facilitar a análise, faremos a exposição dos resultados na Tabela 9 e, em seguida, faremos uma reflexão sobre eles.

**Tabela 9 - Temas que preocupam os jovens e que são comentados e compartilhados com a família e amigos, pela internet e pelas redes sociais online**

<b>Temas com que o Jovem mais se preocupa e discute com amigos e família</b>	<b>15 a 18</b>	<b>%</b>	<b>19 a 24</b>	<b>%</b>	<b>25 a 29</b>	<b>%</b>
Segurança / violência	36	31,58	34	29,06	1	5,26
Emprego / profissão	45	39,47	55	47,01	6	31,58
Acesso às tecnologias / redes sociais	8	7,02	4	3,42	3	15,79
Saúde	57	50,00	61	52,14	13	68,42
Educação	51	44,74	48	41,03	13	68,42
Drogas	16	14,04	13	11,11	2	10,53
Crise econômica / financeira	19	16,67	23	19,66	6	31,58
Família	13	11,40	4	3,42	1	5,26
Administração política do Brasil	24	21,05	39	33,33	5	26,32
Assuntos pessoais	26	22,81	21	17,95	6	31,58
Meio ambiente / infraestrutura	10	8,77	6	5,13	4	21,05
Questões sociais / desigualdade	24	21,05	30	25,64	5	26,32
Moradia	3	2,63	5	4,27	0	0,00
Fome / miséria	8	7,02	8	6,84	1	5,26
Transporte	5	4,39	2	1,71	1	5,26
Religião / Intolerância religiosa	11	9,65	16	13,68	2	10,53
Relacionamentos íntimos / amizades	10	8,77	9	7,69	2	10,53
Sexo e sexualidade	10	8,77	17	14,53	1	5,26
Gravidez	3	2,63	3	2,56	1	5,26
Nenhum tema gera preocupação ou debate	0	0,00	0	0,00	1	5,26
Não sei responder	2	1,75	2	1,71	1	5,26
Outro	2	1,75	3	2,56	1	5,26

*Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado*

As redes sociais têm sido o palco de debates sobre os mais diversos assuntos e questões sociais. Anteriormente, quando descrevemos as discussões sobre “juventudes”, mapeamos os principais incômodos e as visões de mundo dos respondentes. Percebemos a grande preocupação com questões educacionais, com a desigualdade social e com vários outros debates sociais. Vimos também que há uma parcela considerável que vê nas tecnologias digitais um veículo importante para

a resolução dessas questões. Muitos deles acreditam que podem melhorar o Brasil a partir de tais práticas e contextos.

Essa situação descrita se relaciona exatamente ao que observamos na Tabela 9; em que os assuntos mais discutidos na internet e nas „redes” são ligados a realidades sociais, políticas e econômicas. É válido antecipar que houve uma única discrepância entre os dados sobre os incômodos juvenis [do subcapítulo anterior] e a presente questão. Enquanto a corrupção é, sem dúvidas, a questão que mais incomoda esse grupo de jovens, existe uma mais modesta quantidade de pessoas que assinalou a opção “administração política do Brasil”.

Percebe-se, inclusive, que esses dois temas estão entre os mais elencados em todas as faixas etárias. Outros assuntos muito fortes, que também estão ligados aos problemas sociais citados, são a segurança pública/violência e as relações emprego e/ou profissões. A desigualdade social e a crise econômica, embora a segunda predomine principalmente entre os mais velhos, também são lembrados pelos entrevistados. Em geral, os temas mais debatidos e compartilhados são aqueles mais pautados pelas mídias tradicionais. Como afirma Martín-Barbero (2008), os jovens fazem „reapropriações” dos discursos midiáticos, utilizando as mídias digitais para reconfigurar esses conteúdos.

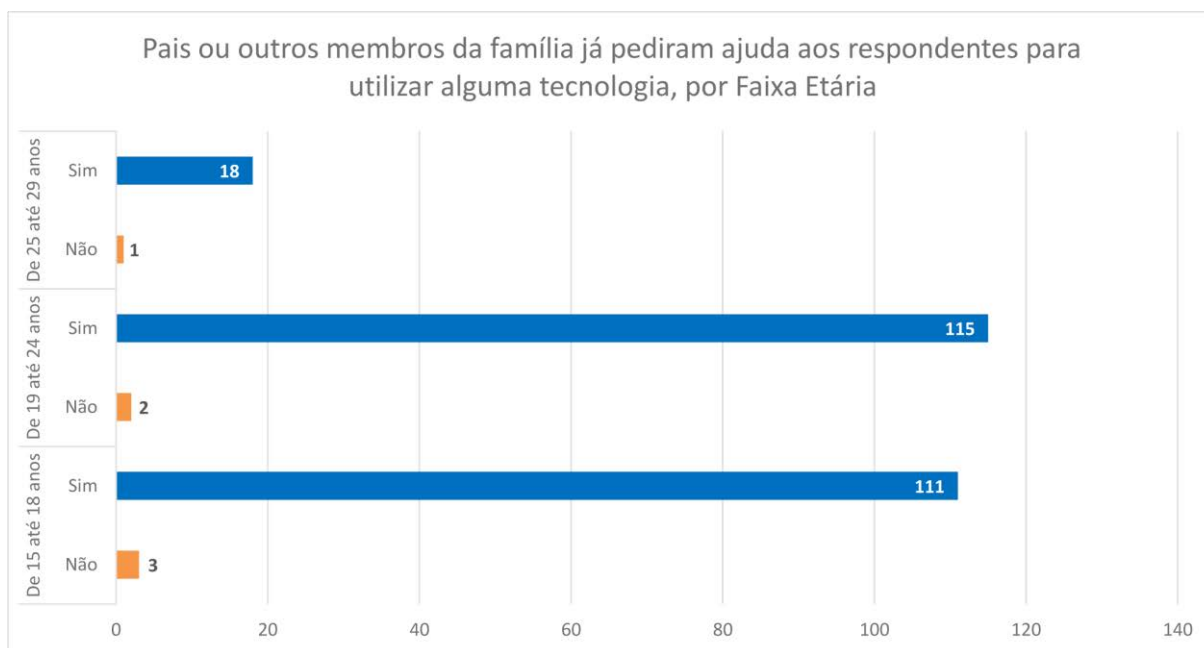
Embora predominem essas discussões político-sociais, um considerável número de jovens também revelou que debatem e discutem sobre questões pessoais. Fato curioso, que vale ser citado devido ao objeto central de nossa investigação, é que embora tenham comportamento profundamente ligado às mídias e às tecnologias digitais, pouquíssimas pessoas se preocupam e discutem questões ligadas ao acesso e apropriação dessas tecnologias por outras camadas sociais [lembrando que essa mesma tendência foi observada na questão que mapeava os principais incômodos desse público, no subcapítulo anterior]. Por fim, neste tópico pudemos constatar, de maneira mais detalhada, as características principais nos usos da internet e de outras tecnologias digitais. As questões trabalhadas a seguir tratam da relação entre as juventudes, as gerações e esses ambientes digitais.

#### **5.3.4 As gerações, os jovens e as questões midiático-digitais**



Foi perguntado a esses jovens: “seus pais, membros da família ou alguém da geração mais velha já pediu sua ajuda para utilização de alguma tecnologia?”. As opções “sim” e “não” foram possibilitadas. O Gráfico 24, abaixo, expõe esses dados para possibilitar análises mais específicas.

**Gráfico 24 - Pais ou membros da família que já solicitaram a ajuda dos respondentes, por faixa etária**



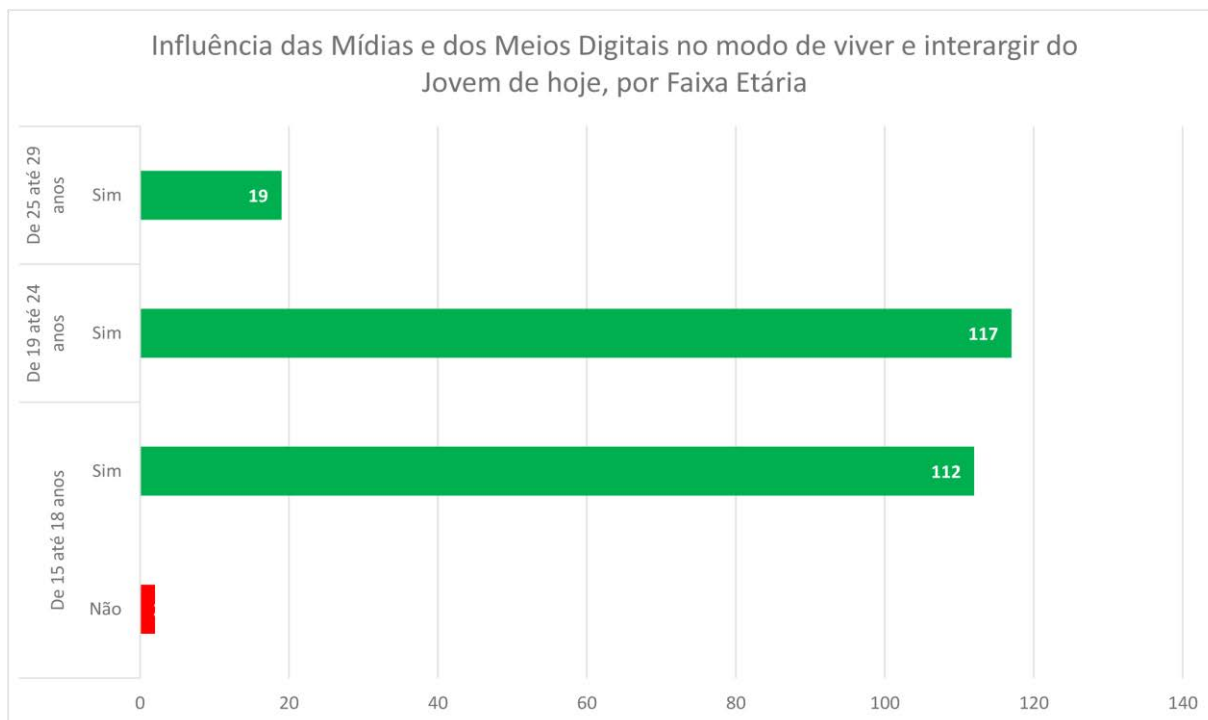
Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

O panorama descrito acima é um forte indicativo de que os próprios adultos [membros da família] têm a visão de que os assuntos e dúvidas relacionados a dispositivos, mídias e aparelhos podem ter nesse público um caminho de simples resolução. Afinal, de um total de 250 respostas, 244 jovens (97,6% do total) afirmaram ter auxiliado seus pais, avós ou parentes a manusear, conhecer e/ou usar aparatos tecnológicos. Tendência observada em todas as faixas etárias que reforça o que Foracchi (1972) chama de “descontinuidade das gerações”. A autora defende que os jovens cada vez mais têm apresentado comportamentos de ensinar e passar experiências para as gerações anteriores, invertendo a lógica geracional. Isso questiona e reconfigura a visão de que esse público mais novo está em fase de apenas aprendizado, em que os adultos teriam toda a bagagem de conhecimento. Cada vez mais, essas juventudes exercem um papel ativo nas famílias e nos mais diversos espaços tecnológicos e sociais.

Quando observamos que tipos de auxílios são prestados, percebemos algumas tendências. Dos que responderam à pergunta, todos acabaram citando a internet ou outros dispositivos e tecnologias digitais, de forma direta ou indireta. Os tipos de ajuda fornecidos são diversos; desde o ato de ligar os aparelhos, explicações sobre as funções de uso e sobre o manuseio dos dispositivos [principalmente os *Smartphones*], a utilização de redes sociais online e de aplicativos no celular, além de esclarecimentos sobre processos em geral [como a troca de legendas na TV paga, o uso de fórmulas e botões em programas de computador, o ato de baixar e assistir músicas/filmes e, até mesmo, dicas de como se pesquisar algo na internet]. Um dado percebido com a leitura das respostas é que predomina o ensino de funções como “lidar com o controle remoto” ou “explicar o funcionamento das *SmartTVs*” quando da interação com os avós, enquanto a relação com os pais e tios está nitidamente ligada à internet e aos *Smartphones*.

Partindo para a etapa final de nossas análises e reflexões, discutiremos de que modo esses jovens enxergam as tecnologias em suas vidas. Justamente por isso, foi perguntado: “Em sua opinião, as novas tecnologias e mídias digitais (internet, *Smartphone*, redes sociais, *tablets*, entre outros) podem influenciar o modo de ser e de viver do jovem de hoje?”. As opções fornecidas foram “sim” e “não”, solicitando em sequência que os respondentes justificassem as suas respostas. O Gráfico 25, abaixo, traz os resultados dessa questão, que apresentou a maior concentração de respostas em uma única alternativa de todo o questionário.

**Gráfico 25 - Influência das mídias e dos meios digitais no modo de viver e interagir dos jovens, por faixas etárias**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

Os dados obtidos a partir dessa questão reforçam muitas das análises anteriores e confirmam a tendência de que os jovens participantes da pesquisa veem as tecnologias como algo totalmente atrelado às suas vidas. Os resultados são surpreendentes e mostram que esse público vê nas mídias e nos meios digitais um fator decisivo em suas rotinas, assumindo que, atualmente, diversas atividades têm sido alteradas e reconfiguradas por essas realidades.

Um total de 248 jovens, significando 99,2% do total, acredita que “sim” – que as tecnologias e mídias digitais influenciam o modo de ser e de viver do jovem de hoje. Nas faixas etárias de 19 a 24 anos e de 25 a 29, não houve ninguém que discordasse do poder de ação desses contextos midiático-digitais. E mesmo na faixa de 15 a 18 anos, tivemos apenas duas respostas negativas (menos de 1% do todo).

Um fato muito interessante pôde ser observado. Quanto maior a idade do jovem, mais otimista ele é em relação às redes sociais e mais ele enxerga o potencial desse meio. Em contrapartida, quanto mais jovem, novamente, mais discursos de cunho negativo são notados em suas falas. Ou seja, de 25 a 29, a visão foi predominantemente positiva, com poucas pessoas falam da extrema dependência [vício] que a internet e as tecnologias midiáticas podem gerar. De 19 a

24 anos, a visão foi bastante equilibrada. Esse grupo consegue ver o potencial de formação intelectual e de construção de conhecimento, mas muitos também apontaram a falta de socialização no que eles chamam de “mundo real”, a reprodução de discursos nas redes sociais sem a devida reflexão e a extrema exposição da vida pessoal.

Por fim, entre os jovens de 15 a 18 anos, a visão negativa foi muito mais evidente. Eles associam a questão da influência da tecnologia com a alienação, dizendo que os jovens são muito influenciáveis e que compram qualquer discurso que aparece na rede. Afirmam que o jovem não consegue mais conviver com outras pessoas e que eles não aproveitam a “vida fora da rede”. O ponto positivo visto nessa faixa etária, que aparece em vários discursos pode ser visto através da citação de uma das respostas desse público: “A tecnologia tem tudo haver com o que o jovem é hoje. Ela abriu horizontes, caminhos e opções de informação. Qualquer um pode ter acesso ao que precisar para realizar algum trabalho ou tirar dúvidas. O jovem atual não depende de informações de terceiros e é mais independente, possibilitando melhores oportunidades e conquistas”.

Relembrando os Perfis Digigráficos (DM9DBB, 2012, web) e os debates que estão ao seu entorno, observamos que há mudanças possíveis nas mais diversas áreas da vida de um indivíduo, a partir das tecnologias. Analisando as opiniões dos participantes da pesquisa sob a óptica desses Perfis (DM9DBB, 2012, web), notamos que as mídias e os meios digitais tendem a alterar a “Esfera do Indivíduo” (identidade, ego e a própria personalidade), a “Esfera dos Outros” (relacionamentos afetivos, sociais e profissionais), a “Esfera das Instituições” (o modo de lidar e se relacionar com a família, com o Estado e muitos outros espaços) e a própria “Esfera do Mundo” (as relações de tempo e espaço, com um novo mundo online sendo criado). Esse público é digital, é conectado e têm nesses canais um fator importante de suas rotinas.

Para finalização das análises propostas por essa Dissertação, após construirmos uma reflexão sobre as características, as sociabilidades e, principalmente, os comportamentos midiático-digitais dos respondentes; traçaremos uma reflexão sobre as nomenclaturas atribuídas aos jovens conectados e a sua pertinência para realidade vista em nosso público. Muito se faz uso das nomenclaturas “Nativo Digital”, “Geração Y”, “Geração Internet”, “Juventude Conectada”, entre outras (TAPSCOTT, 2010; PALFREY, GASSER 2012); mas, de

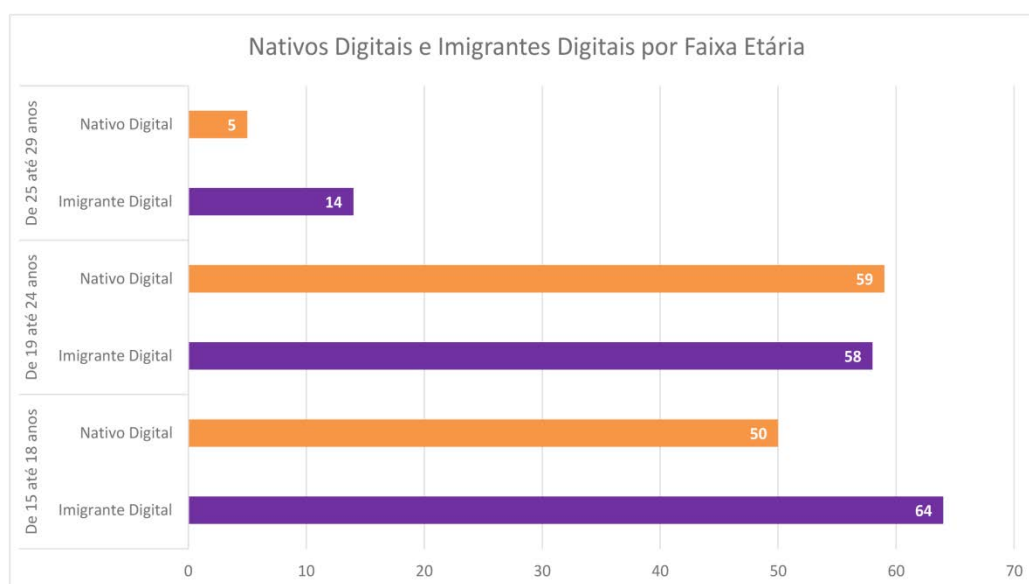
fato, quais delas podem representar o perfil observado em nosso público? Quais delas são coerentes com os resultados aqui coletados?

Justamente por haver essas inquietações que decidimos perguntar em nosso questionário “Como você se classifica como um jovem e que utiliza e consome as tecnologias e as mídias digitais: Nativo Digital ou Imigrante Digital?”. É importante frisar que foram fornecidos os significados das duas expressões e que, em seguida, foi pedido que esses jovens justificassem as suas respostas, para confirmação de tendências.

Se observarmos os números totais, temos uma diferença muito pequena entre as duas alternativas, que já, de antemão, anula a possibilidade de tratarmos quaisquer dessas faixas etárias como “Nativos Digitais”. Ao todo, foram 136 respondentes (54,4% do total) se autodeclarando como “Imigrante Digital” e 114 deles (45,6%) que se enxergam como “Nativos Digitais”. Para tornar essa questão ainda mais intrigante, essa heterogeneidade é reforçada nos três recortes etários, apresentando resultados surpreendentes.

O Gráfico 26 traz esse panorama, dividindo os resultados em faixas etárias e mostrando o grande equilíbrio obtido nesta questão.

**Gráfico 26 - Nativos Digitais versus Imigrantes Digitais, por faixa etária**



Fonte: autoria própria, com base no questionário aplicado

A primeira e mais importante impressão da realidade descrita anteriormente é de que as duas expressões não estão diretamente ligadas à idade.

É falsa a sensação de que a apropriação e o consumo tecnológico-digital aconteceram de maneira homogênea e rápida no país, mesmo entre as famílias de classe média. O fato de haver mais jovens de 15 a 18 anos que se consideram “Imigrantes Digitais” questiona a ideia de que os mais novos, necessariamente, tiveram contato com as tecnologias digitais antes. O que podemos frisar é que esses jovens fizeram sim a apropriação midiático-digital e que hoje estão profundamente inseridos nestes contextos, mas, em momento nenhum, podemos afirmar que esses processos de apropriação aconteceram de maneira e intensidade semelhantes.

Outra característica, reforçada pelas respostas abertas, é de que, embora muitos deles não tenham crescido com a companhia dos aparatos digitais, uma grande parte passou a consumir essas mídias e tecnologias de maneira muito intensa, forte e frequente a partir do momento que puderam ter contato com elas. A popularização esteve relacionada com os processos de ascensão social e de barateamento dos custos (JUVENTUDE CONECTADA, 2014), expondo essa realidade heterogênea e nos fazendo questionar algumas das nomenclaturas que vem sendo frequentemente empregadas para explicar, inclusive, o grupo de jovens participantes da cidade de Bauru (SP).

Talvez as concepções de Imigrante e Nativo estejam mais ligadas à questão de frequência de uso do que às classificações geracionais propostas por alguns autores. Mas, como a intenção dessa pesquisa não era definir um termo que pudesse enquadrar as juventudes, essa análise só reforça que não é possível definir uma característica para essas gerações. É necessário ampliar a pesquisa, objetivando elencar alguns perfis que possam se aproximar desse público.

As diversas nomenclaturas que buscam enquadrar esses jovens em grupos como: “Y”, “Z”, “Conectados”, “Nativos Digitais” ou “Geração *Screen*” podem ser utilizadas de forma generalizada, para definir “conjuntos” de jovens [e suas práticas]. Mas, defendemos que não é possível criar rótulos para definir as juventudes, especialmente se recaírem sobre a cultura, posição socioeconômica, local, formação, gostos, preferências, acesso às tecnologias, etc.

É necessário olhar as juventudes como “indivíduos” que estão desenhando novos mapas sociais. É fundamental entender os cenários e as motivações que fazem desses grupos não mais atores, mas “protagonistas” das histórias pessoais que são “representadas” cotidianamente em cenários por vezes adversos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contexto atual tem deixado em frequente evidência os protagonistas desta investigação. As mídias, as tecnologias digitais e os jovens têm sido alvo de muitos debates, notícias, preocupações e, sem dúvidas, têm chamado a atenção das famílias e, até mesmo, dos ambientes escolares. As rotinas têm se alterado e os computadores, os *mobiles*, os aplicativos e a internet já fazem parte do dia-a-dia de milhões de jovens no Brasil. A cidade de Bauru (SP) não é diferente, tendo uma intensa movimentação de grupos juvenis nas mais diversas redes sociais online e em diversos aplicativos de interação interpessoal.

Nesta investigação, como pudemos observar ao longo do texto, buscamos primeiramente entender o que significam os termos „gerações” e „juventudes”. Além disso, fizemos um mapeamento do histórico desses debates, para que pudéssemos não só entender o que está por trás desses termos, mas as próprias políticas públicas já pensadas para esse grupo. Consideramos essa parte da pesquisa como de fundamental importância para as etapas que se seguiram. Isto porque foi a partir de um conhecimento detalhado sobre essas terminologias e contextos que pudemos evitar generalizações, aplicações erradas, confusões conceituais e, principalmente, que foi possível enriquecer a qualidade das reflexões.

Também procuramos em autores nacionais e internacionais pesquisas que ligassem os recortes geracionais aos mais diversos tipos de mídias. Evidentemente, demos prioridade ao estudo das relações dos grupos juvenis com os ambientes midiáticos, especificamente, com os meios, veículos e mídias digitais. Don Tapscott (2010), autor norte-americano, trouxe uma série de definições interessantes, que aproximavam diferentes recortes etários de práticas de uso e consumo midiático. Foi a partir destas ideias, e com a efetiva contribuição de Martín-Barbero (2008), Gobbi (2012), Palfrey e Gasser (2012), e, que pudemos discutir a ligação das juventudes atuais com as novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC"s).

Buscamos entender as práticas recorrentes, as plataformas e dispositivos mais utilizados e, principalmente, as mudanças comportamentais que esse “mundo digital” pode gerar. Ao longo de dois capítulos, confrontamos discussões teóricas com dados sobre a realidade midiático-digital brasileira, principalmente por meio de dados do PNAD (2011) e da pesquisa Juventude Conectada (2014). Além disso,

buscamos uma reflexão cuidadosa para que não utilizássemos as nomenclaturas e discussões oriundas do exterior sem as devidas adaptações e atualizações de contextos.

Todo esse trajeto proposto teve um objetivo: responder a questão central “quais os comportamentos midiático-digitais dos jovens analisados?”. Optamos pela revisão teórica e a pesquisa empírica, buscando um aprofundamento dos conceitos e as possibilidades que a experimentação oferece, a fim de atender os objetivos propostos.

Escolhemos a aplicação online do questionário para atingirmos justamente o público que nos interessava: os jovens que têm práticas conectadas e que utilizam a internet. O recorte etário foi escolhido a partir do que regulamenta o Estatuto da Juventude, entre 15 e 29 anos. As análises foram traçadas dividindo esse público em três blocos de idade, mapeando convergências e divergências existentes. Traçamos nossos debates basicamente a partir de três eixos: a) Apresentação do público da pesquisa; b) Visões, debates e perspectivas sobre os jovens e as juventudes; e, por fim, c) uso e consumo de mídias, especificamente das tecnologias e mídias digitais.

É importante frisar que o que buscamos nesta pesquisa foi construir um olhar amplo sobre os jovens participantes, tentando entender suas características socioeconômicas, suas visões de mundo e sociabilidades, as relações com os mais diversos tipos de mídia e, evidentemente, seus comportamentos midiático-digitais. Não buscávamos criar ou aplicar nomenclaturas, mas sim discutir de que maneira os jovens bauruenses têm interagido com esses contextos conectados e têm utilizado os mais diversos aparelhos, dispositivos e aplicativos tecnológicos. Também tentamos mapear as relações geracionais estabelecidas, buscando observar, por meio de algumas questões específicas, o quanto esse público tem ensinado as gerações anteriores a se inserirem nessa nova lógica conectada.

Nosso público respondente é majoritariamente de classe média e urbano. São jovens que buscam a continuidade dos estudos e que valorizam os ambientes educacionais. Relacionam o sucesso e a melhora futura ao estudo, à especialização e, principalmente, ao esforço e vontade individual. Também valorizam muito as tecnologias digitais, acreditando que elas podem ser uma grande porta de entrada para futuras oportunidades profissionais. Em contrapartida, nos três recortes de idade propostos, poucos trabalham e a maioria ainda mora na casa dos pais. Isso



evidencia um público que tem valorizado os estudos em detrimento do trabalho; não dependendo do salário para a própria manutenção.

Esses participantes têm visões profundamente variadas do que é “ser jovem”, apresentando desde uma idealização dos jovens como maduros, esforçados e capazes de mudar o mundo; até uma visão profundamente negativa, que relaciona esse grupo à irresponsabilidade, aos vícios, à falta de respeito, às festas e ao descaso com os estudos. Percebemos que o sentimento de pertencimento a esse recorte juvenil é muito forte; embora alguns deles afirmem não fazer parte “por já terem muitas responsabilidades”.

É um grupo que se mostrou muito preocupado com diversos problemas sociais, especificamente com a qualidade da educação, a saúde, a desigualdade social, o futuro profissional, a empregabilidade e, notavelmente, com a corrupção. A grande maioria deixou claro discutir tais temas nas redes sociais online e em chats diversos, como o *Whatsapp*. Embora valorizem bastante os espaços online e as tecnologias como canais de participação político-social, mostram acreditar que a participação em grupos e coletivos e as mobilizações de rua são os principais caminhos para as melhoras do problema do país. Dado curioso é o fato de a maioria absoluta apresentar essas visões, mas não participarem ativamente de nenhum grupo social.

A pesquisa empírica mostrou que os jovens participantes da pesquisa são extremamente conectados e valorizam tipos diferentes de mídias e tecnologias digitais. As mídias tradicionais têm baixíssima frequência de uso, e os veículos impressos foram notavelmente abandonados pela maioria. A televisão, definitivamente, tem para esses jovens um papel de „mídia secundária”, pois não aparece entre as mídias mais procuradas, entre aquelas com maior frequência de uso, mas aparecem em questões que mapeiam “atividades de lazer” e “atividades que fazem simultaneamente ao uso da internet”. A partir da análise das questões objetivas e abertas, pudemos perceber que, neste grupo específico, a televisão apresenta novos modelos de uso e consumo, muito diferente das gerações anteriores.

Outro apontamento importante é o fato de vários meios, veículos e mídias digitais terem liderado as questões que mapeavam o uso, a intensidade e a importância dessas mídias. Neste aspecto, notamos que os jovens participantes da pesquisa estão continuamente conectados e fazem dos espaços online uma

extensão real de suas vidas. Eles interagem o tempo todo por meio de chats diversos e consomem informações pelas redes sociais online e por diversos aplicativos. Observamos um forte uso de quase todos os dispositivos digitais, incluindo computadores, celulares e *Smartphones*. Os *mobiles* lideram a lista dos aparelhos utilizados para se conectar a internet, seguidos pelos computadores portáteis. A única exceção clara que os respondentes evidenciaram são os *tablets*, que tem pouquíssimo apelo e uso em todas as faixas de idade.

Quando pensamos em diferenças etárias, não foram diagnosticadas diferenças realmente significativas no que diz respeito à procura por mídias digitais se à importância em suas vidas. As principais divergências encontradas foram nos aparelhos utilizados e no tipo de uso que é feito. Na faixa dos 15 aos 18 anos, podemos perceber um maior apelo dos *Smartphones* e dos aplicativos de celular, para um uso predominantemente ligado ao lazer. Já no grupo de 19 a 24 anos, notamos que os *Smartphones* também têm força, mas que os computadores [principalmente notebooks] são mais utilizados e valorizados. Os usos desse grupo de idade estão profundamente relacionados ao consumo de informações, principalmente de conteúdos jornalísticos. Enfim, na faixa de 25 a 29 anos, as tendências observadas na faixa anterior se fortalecem, com destaque para a utilização nos ambientes de trabalho e para a valorização das atividades de distração – como assistir filmes e séries. É válido frisar que predomina o acesso à internet de residências, com forte participação da conexão móvel, via *Smartphone*.

Para finalizar essa breve retomada e contextualização da pesquisa, é importante ressaltarmos que quase todos os jovens participantes acreditam fortemente que as tecnologias e mídias digitais têm alterado a rotina, a vida e o comportamento das juventudes. Muitos acreditam, inclusive, que elas estão modificando o próprio ato de “ser jovem”. Em várias questões, pudemos perceber que, cada vez mais, essa ideia de “juventudes” está atrelada à inovação, à internet e ao uso/acesso a variadas tecnologias, especialmente as mais atuais, como os *Smartphones*.

Além disso, nossos respondentes têm invertido as lógicas geracionais e têm tido papel de „professores” em suas casas, com relação ao uso das tecnologias. Eles afirmam ajudar familiares de gerações anteriores, como avós, pais e tios a manipularem os mais diversos aparatos midiáticos [principalmente, os digitais]. Não podemos chamá-los de “Nativos Digitais”, pois mapeamos que o acesso às

tecnologias midiáticas foi disperso, em ritmos diferentes que afetaram os três recortes etários.

Lembramos que, em momento nenhum, buscamos fazer generalizações dos resultados, pois eles refletem as práticas de um tipo de público específico, que reside na cidade de Bauru (SP) e que faz uso e consumo das tecnologias e mídias digitais. Terminamos as reflexões com a convicção de que a questão central e os principais objetivos foram respondidos, sendo possível o entendimento de algumas características das juventudes analisadas e o estabelecimento de um olhar analítico sobre os comportamentos midiático-digitais dos jovens participantes da pesquisa.

Sem dúvidas, o grande desafio da Dissertação foi a quantidade de dados e combinações possíveis a partir dos resultados da pesquisa empírica. Por meio de nossa metodologia e prioridades de investigação, consideramos que foram feitas as escolhas certas, permitindo o alcance de nossos anseios iniciais. É necessário reforçar que essa é a primeira etapa de uma investigação que pretendemos continuar em estudos posteriores, tendo como objetos centrais as juventudes e/ou as suas relações com os diversos ambientes midiático-digitais.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Helena Wendel. **Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Página Aberta, 1994.

ABRAMO, Helena Wendel. Condição Juvenil no Brasil contemporâneo. *In*: ABRAMO, Helena Wendel; BRANCO, Pedro Paulo Martoni (Orgs.). **Retratos da Juventude Brasileira: Análises de uma pesquisa nacional**. 1. ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005. p. 37-72.

ABRAMO, Helena Wendel. Considerações sobre a tematização social da Juventude no Brasil. *In*: PERALVA, Angelina Teixeira ; SPOSITO, Marília Pontes (Orgs.). **Juventude e Contemporaneidade**. 1. ed. São Paulo: Revista Brasileira de Educação, 1997.p. 25-36.

BARBOSA, Livia (Org.). **Juventudes e Gerações no Brasil contemporâneo**. São Paulo: Sulina, 2012.

CALLIARI, Marcos; MOTTA, Alfredo. **Código Y: decifrando a geração que está mudando o país**. 1. ed. São Paulo: Editora Évora, 2012. 192 p.

CASTRO, Gisela G. S. Screenagers: entretenimento, comunicação e consumo na cultura digital. *In*: BARBOSA, Livia (Org.). **Juventudes e Gerações no Brasil Contemporâneo**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012. p. 61-77.

CATANI, Afrânio Mendes; GILIOLI, Renato de Sousa Porto. **Culturas Juvenis: múltiplos olhares**. 1. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2004. 113 p.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRIDIT, Michèle. O Delineamento da Pesquisa Qualitativa. *In*: POUPART, Jean et al. **A Pesquisa Qualitativa: Enfoques Epistemológicos e Metodológicos**. 1. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2008. p. 127-153.

DM9DDB. **Agência DM9DDB lança documentário no Youtube com estudo inédito sobre comportamento digital**. 2012. Disponível em: <http://www.dm9ddb.com.br/?p=1982>. Acesso em: maio 2015.

EXAME. **As melhores e as piores grandes cidades do Brasil**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/as-melhores-entre-as-100-maiores-cidades-do-brasil>. Acesso em: maio 2015.

FEIXA, Carles; LECCARDI, Carmem. **O conceito de geração nas teorias sobre juventude**. Revista Sociedade e Estado. v. 25, n. 2, p. 185-204, ago. 2010.

FERREIRA, Vitor Sérgio. O "jovem radical" contemporâneo: novos sentidos de um qualificativo juvenil. *In*: **Crítica e Sociedade: revista de cultura política**. v. 1, n. 2, p. 107-127, jun. 2011.

FLITNER, Andreas. Os problemas sociológicos nas primeiras pesquisas sobre a juventude. *In*: BRITTO, Sulamita de (Org.). **Sociologia da Juventude I: da Europa de Karl Marx à América Latina de hoje**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.p. 37-68.

FORACCHI, Marialice M. **A juventude na sociedade moderna**. São Paulo: Pioneira/Ed. da USP, 1972.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA 2013. **Pesquisa Juventude Conectada**. São Paulo: Fundação Telefônica, 2014.

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. **A Geração Interativa na Ibero-América: Crianças e adolescentes diante das telas**. Madrid: Fundación Telefónica, 2008 (Colección Fundación Telefónica).

GOBBI, Maria Cristina. **Na trilha juvenil da mídia: Dos suplementos teen para as tecnologias digitais**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. 145 p.

GOBBI, Maria Cristina. **Nativos Digitais na sociedade tecnológica: desafios para o século XXI**. In: Revista Argentina de Estudios de Juventud. pg. 1-10, fev. 2012.

GOBBI, Maria Cristina. Nativos Digitais: autores na sociedade tecnológica. In: GOBBI, Maria Cristina; KERBAUY, Maria Teresa Miceli (Orgs). **TV Digital: informação e conhecimento**. São Paulo: Ed. Cultura Acadêmica, 2010.

GROPPO, Luís Antonio. **Juventude: Ensaio sobre Sociologia e História das Juventudes Modernas**. 1. ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000. 308 p. ISBN 85-7432-007-2.

GUIMARÃES, Gilselene Garcia. CRINSPUN, MírianPaura Sabrosa Zippin. Revisitando as origens do termo Juventude: a diversidade que caracteriza a identidade. In: **31º REUNIÃO ANUAL DA ANPED**, 2008, Caçamba (MG). GT 20 - Psicologia da Educação. web: Anais do Evento, 2008.p. 1-14. Disponível em: <http://31reuniao.anped.org.br/1trabalho/GT20-4136--Int.pdf>. Acesso em: out 2014.

IANNI, Otávio. O Jovem Radical. In: BRITTO, Sulamita de (Org.). **Sociologia da Juventude I: da Europa de Karl Marx à América Latina de hoje**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.p. 225-242.

IBGE. **Censo Demográfico Brasileiro 2010**. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br>. Acesso em: jun 2014.

IBOPE. IBOPE Media e CONECTA **apresentam perfil do jovem brasileiro no youPix Festival** 2013. 05 jul 2013. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/IBOPE-Media-e-CONNECTA-apresentam-perfil-do-jovem-brasileiro-no-youPix-Festival-2013.aspx>. Acesso em: ago 2013.

JAIDE, Walter. As ambiguidades do conceito de geração. In: BRITTO, Sulamita (Org.). **Sociologia da Juventude III**. Rio de Janeiro: Zahar, 1968, pp. 16-30.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Que é o virtual?** São Paulo: 34,1996.

MAIA, Romero Galvão. **Juventude como valor: referencial e método para uma definição a partir do cotidiano**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais. v. 2, n. 4, p. 46-60, dez. 2010.

MANNHEIM, Karl. O problema da Juventude na sociedade moderna. *In*: BRITTO, Sulamita de (org.). **Sociologia da Juventude I: da Europa de Karl Marx à América Latina de hoje**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1968.p. 69-94.

MANNHEIM, Karl. **Sociologia**. São Paulo: Ática (Coleção Grandes Cientistas Sociais), 1982.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. *In*: BORELLI, Silvia Helena Simões; FREIRE FILHO, João (Orgs.). **Culturas Juvenis no século XXI**. 1. ed. São Paulo: Educ, 2008. p. 9-32.

MOTTA, Alda Brito da; WELLER, Wivian. **Apresentação**: A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica. Revista Sociedade e Estado. v. 25, n. 2, p. 175-184, ago. 2010.

MOTTA, Alda Britto da. **A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sobre o envelhecimento**. Revista Sociedade e Estado. v. 25, n. 2, p. 225-250, ago. 2010.

PALFREY, John; GASSER, Urs. **Nascidos na Era Digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. Trad. Magda França Lopes. Porto Alegre: Artmed, 2011.

PNAD 2011. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). 2014. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000012962305122013234016242127.pdf>. Acesso em: dez 2014.

PORTAL G1 (2013). **Brasil possui a 4ª maior população de „nativos digitais, dia a ONU**. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/10/brasil-possui-4-maior-populacao-de-nativos-digitais-do-mundo-diz-onu.html>. Acesso em: nov 2014.

PORTAL G1. **Gráfico interativo: consulte o IDHM 2013 de seu município baseado em dados da ONU**. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/idhm-2013/index.html>. Acesso em: maio 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAURU. **Universidades e centros de ensino técnico**. Disponível em: <http://www.bauru.sp.gov.br/cidade/universidades.aspx>. Acesso em: maio 2015.

SEMESP. **Mapa do Ensino Superior no estado de São Paulo de 2012**. Disponível em: [http://www.semesp.org.br/portal/pdfs/publicacoes/mapa\\_do\\_ensino\\_superior\\_sp\\_2012.pdf](http://www.semesp.org.br/portal/pdfs/publicacoes/mapa_do_ensino_superior_sp_2012.pdf). Acesso em: maio 2015.

SPOSITO, Marília Pontes. **O Estado da Arte sobre juventude na pós-graduação brasileira**: Educação, Ciências Sociais e Serviço Social. v.2. ed. Belo Horizonte: Argvmentvm, 2009. 264 p.

STRAUBHAAR, Joseph. **Sedimentada, híbrida e múltipla? A nova geografia cultural das identidades**. MATRIZES. São Paulo, v. 1, n. 7, p. 59-93, jun. 2013. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/431/pdf>. Acesso em: jun 2015

STRAUBHAAR, Joseph; CORREA, Teresa et al. **Brokering new technologies: The role of children in their parents' usage of the internet**. New Media & Society. v. 4, n. 17, p. 483-500, 2015. Disponível em: [http://www.academia.edu/12156501/Brokering\\_new\\_technologies\\_The\\_role\\_of\\_children\\_in\\_their\\_parents\\_usage\\_of\\_the\\_internet](http://www.academia.edu/12156501/Brokering_new_technologies_The_role_of_children_in_their_parents_usage_of_the_internet). Acesso em: jun 2015

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital**: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net. Tradução de Ruth Gabriela Bahr. São Paulo: Makron Books, 1999.

TAVARES, Breitner. **Sociologia da Juventude**: da juventude desviante ao protagonismo jovem da Unesco. Sociedade e Cultura. Goiânia, v. 15, n. 1, p. 181-191, jun. 2012.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. São Paulo: Ed. Loyola, 2001.

WELLER, Wivian. **A atualidade no conceito de gerações de Karl Mannheim**. Revista Sociedade e Estado. v. 25, p. 205-224, Ago. 2010.

WELLER, Wivian. **A contribuição de Karl Mannheim para a pesquisa qualitativa**: aspectos teóricos e metodológicos. Sociologias. Porto Alegre, v. 13, p. 260-300, jun. 2005.

## APÊNDICE I

### Questionário Aplicado



[Edit this form](#)

# Perfil midiático-digital do jovem bauruense

Você está sendo convidado(a) para participar como colaborador(a) da Pesquisa “Imagens das juventudes: uma mirada sobre o comportamento midiático-digital dos jovens de Bauru”.

O questionário deve ser respondido apenas por pessoas de 15 a 29 anos, residentes na cidade de Bauru (SP).

Pesquisador Responsável: Juliano Ferreira de Sousa

Orientadora Responsável: Professora Adja. Maria Cristina Gobbi

Instituição a que pertence o Pesquisador Responsável: Unesp (campus Bauru)

E-mails para contato: [julianofsousa@gmail.com](mailto:julianofsousa@gmail.com); [juliano\\_de\\_sousa@hotmail.com](mailto:juliano_de_sousa@hotmail.com)

Esta pesquisa tem como objetivo entender o perfil midiático-digital do jovem de Bauru (SP). Sua participação é muito importante para nossa pesquisa. Você não será identificado, uma vez que o objetivo conhecer dados sobre práticas e consumo comunicativo. A participação é voluntária, e você poderá desistir da pesquisa a hora que desejar sem nenhum tipo de prejuízo. A pesquisa não apresenta nenhum risco iminente, pois você apenas terá que responder a perguntas gerais relativas às suas práticas comunicativas na internet e nas tecnologias digitais. Todos os custos da pesquisa ficam por conta do pesquisador. Caso você tenha alguma dúvida pode falar pessoalmente com os pesquisadores ou escrever para os e-mails presentes neste Termo.

Não existe resposta certa ou errada. Desejamos conhecer sua opinião, por isso é solicitado que seja sincero nas respostas.

Obrigado.

Juliano Ferreira de Sousa

\* Required

**Caso você tenha menos de 18 anos convide um dos seus pais ou responsáveis para acompanhá-lo nas respostas as perguntas que seguem. Você já tem 18 anos ou está com um responsável para prosseguir nas respostas? Concorda em participar, livremente, de nossa pesquisa, atendendo aos pré-requisitos frisados anteriormente? \***

IMPORTANTE: Menores de 18 anos não podem responder esse questionário sem a presença de um adulto responsável.

Sim

**Idade: \***

Se você tem menos de 15 anos ou mais de 29 anos, agradecemos muito a sua atenção e disposição. Porém, esse questionário só deve ser respondido por jovens que tenham de 15 a 29 anos.

- De 15 até 18 anos
- De 19 até 24 anos
- De 25 até 29 anos

**Sexo: \***

- Feminino
- Masculino

**Assinale sua cor/raça: \***

- Amarela
- Branco
- Indígena
- Preta
- Parda
- Other:

**Está empregado atualmente? \***

- Sim
- Não

**Se sim, qual sua função? \***

Explique qual atividade você exerce.

**É estudante? \***

- Sim
- Não

**Grau de instrução: \***

- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo

**Com quem você mora em Bauru? \***

- Pais
- Apenas pai ou apenas mãe
- Parentes (avós, tios, primos etc.)
- Sozinho
- Amigos

Other:

**Onde passou a maior parte da infância? \***

- Cidade  
 Campo  
 Parte na cidade e parte no campo

**Em termos de renda, como você classificaria sua infância: \***

- Renda baixa  
 Renda média  
 Renda alta

**Qual a sua renda média familiar? Leve em conta a soma da renda das pessoas da família que moram com você ou somente a sua renda, em caso de morar só ou em república. \***

Se você for BOLSISTA, assinale a alternativa OUTROS e especifique o tipo de BOLSA.

- Menos de um salário mínimo  
 Um salário mínimo  
 De 1 a 3 salários mínimos  
 De 3 a 5 salários mínimos  
 Mais de 5 salários mínimos  
 Other:

**Defina, em poucas palavras, aquilo que você considera ser jovem na sociedade atual? \***

**Você se enquadra nessa categoria? \***

Diga se você se considera um "jovem"

- Sim  
 Não

**Justifique o porquê de sua resposta na questão anterior: \***

Relembrando: a questão indaga se você se considera um "jovem".

**Assinale até 5 (cinco) alternativas que melhor represente as atividades de lazer que você pratica regularmente (no mínimo uma vez por semana)? \***

Vale lembrar: assinale, no MÁXIMO, 5 (cinco) opções sobre suas práticas.

- Pratica esportes individuais ou coletivos (futebol, academia etc)
- Canta ou toca instrumentos musicais
- Tem o hábito de leitura
- Festas e Shows
- Passeio ao shopping
- Viajar
- Dançar
- Exposições artísticas, visitas a feiras, museus, parques de exposições etc
- Ouve música
- Frequenta teatro
- Vai ao cinema
- Passa tempo com amigos
- Joga videogames, em geral
- Assiste televisão e/ou ouve rádio
- Pratica atividades artísticas (pintura, teatro)
- Realiza trabalho voluntário
- Participação em redes sociais on line
- Participa de grupos sociais
- Participa de atividades religiosas (culto, missa, encontros de jovens etc.)
- Other:

**Como você acredita que vai estar sua vida daqui a 5 anos com relação as suas escolhas profissionais e acadêmicas (estudos). \***

- Vai melhorar muito
- Vai melhorar pouco
- Vai ficar igual
- Vai piorar um pouco
- Vai piorar muito

**Justifique o porquê de sua resposta na questão anterior: \***

Relembrando: a questão indaga como você vê sua vida daqui 5 (cinco) anos, observando as opções profissionais e acadêmicas.

**Escolha até NO MÁXIMO 5 (cinco) opções entre as disponíveis abaixo e indiquem a frequência de uso e os meios, veículos ou mídias que você utiliza constantemente em seu dia-a-dia.**

**IMPORTANTE:** Só escolha a frequência de USO para as CINCO opções que você realmente considera importantes em sua vida.

	Várias vezes ao dia	Diário	Semanal	Mensal	Raramente
Televisão Aberta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisão Fechada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rádio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rádio Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jornal Impresso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jornal Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Revistas Impressas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Revistas Online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet (usos diversos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gibis e outros meios impressos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portais de Notícia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs (diversas temáticas, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplicativos de Celular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes Sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videogame	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Celular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefone Fixo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smartphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computador (usos diversos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computador Portátil (Notebook/ Netbook) - Usos diversos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Escolha qual dos meios, veículos ou mídias citados na questão acima você considera mais importante. Cite apenas UM DELES. \***

Relembrando: a questão pede para você falar sua frequência de uso de 05 (cinco) opções que são mais importantes.

**Assinale a alternativa (escolha apenas uma) que melhor identifica o uso que você faz do meio de comunicação, veículo ou mídia que você considera mais importante. \***

Essa pergunta se refere ao veículo citado na questão ANTERIOR.

- Estudar
- Fazer Pesquisas
- Se informar
- Trabalhar
- Lazer
- Conversar com amigos e família
- Passar o tempo
- Produzir conteúdos (blogs, sites, textuais, vídeos, etc)
- Other:

**Você utiliza mais de um meio de comunicação, veículo ou mídia ao mesmo tempo? Por exemplo, assiste televisão ao mesmo tempo em que fala no whatsapp, entre outros? \***

- Sim
- Não

**Cite quais meio de comunicação, veículo ou mídia que você mais utiliza de forma simultânea. \***

Diga aqui os mais importantes.

**Hoje, marque até 3 (três) alternativas que tragam as principais atividades realizadas ao mesmo tempo em que você utiliza a internet. \***

Lembrando que estamos falando especificamente da Internet, conectada de quaisquer dispositivos. Marque até TRÊS alternativas.

- Assiste televisão
- Ouve rádio
- Lê jornais ou revistas impressos
- Assiste aula
- Pratica algum esporte
- Participa de um encontro/reunião com os amigos
- Participa de uma festa e/ou um show
- Faz as refeições
- Dedico um tempo exclusivamente para o uso da internet
- Other:

**De quais aparelhos você acessa a internet e redes sociais? \***

- Computador de mesa (desktop)
- Computadores Portáteis (Notebook, Netbook, etc)
- Tablet
- Celular comum
- Smartphone
- TV
- Other:

**Qual é o seu PRINCIPAL local de acesso à internet e as redes sociais? \***

- Trabalho
- Universidade
- Telecentro
- Lan House
- Residência
- Celular comum
- Smartphone
- Tablet
- Other:

**Assinale até 3 (três) alternativas que contenham a sua maior interação ou atividade online.**

\*

IMPORTANTE: Nessa questão você deve assinalar apenas as TRÊS mais importantes para seu dia-a-dia.

- Criação e atualização de blogs/fotologs.
- Criação e atualização de websites.
- Produção de vídeos (Programetes/videocast).
- Produção de áudios (Podcasts).
- Baixar/Ouvir Músicas
- Streaming de Séries/Filmes
- Consumo de Vídeos e Áudios
- Conteúdos de entretenimento nas redes sociais
- Conteúdos jornalísticos nas redes sociais
- Apenas comentários, compartilhamentos e postagem nas redes sociais.
- Postagem de fotos e vídeos nas redes sociais
- Tenho pouca ou nenhuma produção e interação
- Other:

**Escreva qual das atividades citadas na questão anterior você considera mais importante. Cite apenas UMA. \***

Relembrando: a questão pedia para você selecionar as 3 (três) práticas online mais constantes

**Seus pais, membros da família ou alguém da geração mais velha já pediu sua ajuda para utilização de alguma tecnologia (Televisão, controle remoto, internet, rede sociais etc)? \***

- Sim  
 Não

**Se você respondeu SIM na questão anterior, diga qual foi a ajuda que você deu:**

IMPORTANTE: A questão anterior perguntava se você já auxiliou alguém de gerações anteriores a fazer uso de tecnologias.

**Como você se classifica como um jovem e que utiliza e consome as tecnologias e as mídias digitais: \***

- Nativo digital (que cresceu já tendo contato com as tecnologias digitais)  
 Imigrante digital (que cresceu em ambientes diversos e que hoje tem se apropriado das tecnologias digitais).  
 Other:

**JUSTIFIQUE a resposta da questão anterior. \***

Relembrando: a questão anterior pergunta se você se considera um Nativo ou Migrante Digital.

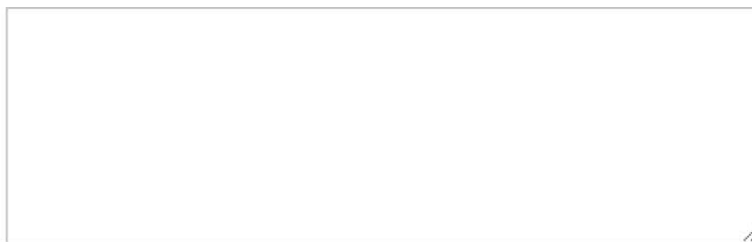
**Na sua opinião, as novas tecnologias e mídias digitais (internet, smartphone, redes sociais, tablet, entre outros) podem influenciar o modo de ser e de viver do jovem de hoje? \***

- Sim  
 Não

**JUSTIFIQUE a resposta da questão anterior. Fale de que maneira elas podem (ou não) influenciar. \***

Relembrando: a questão indaga se você acredita que as tecnologias digitais influenciam no modo de viver do jovem.





**Assinale qual a alternativa que mostra a sua opinião de como os jovens podem melhorar as coisas no Brasil: \***

- na participação em mobilizações de rua e outras ações diretas
- na atuação em associações ou coletivos que se organizam por alguma coisa
- na atuação em conselhos, conferências, audiências públicas e outros canais de participação desse tipo
- na atuação pela internet, opinando sobre assuntos importantes ou cobrando os políticos e governantes
- na atuação em partidos políticos
- na utilização das tecnologias digitais e dos dispositivos móveis no consumo e compartilhamento de informações
- Nenhuma / nada pode ser feito / não participo
- Não sei.
- Other:

**Assinale até 3 (três) alternativas que melhor representam os problemas (sociais) atuais que mais o incomodam: \***

IMPORTANTE: você deve escolher apenas as TRÊS que você considera mais adequadas.

- A corrupção
- O poder dos traficantes
- A grande desigualdade entre ricos e pobres
- O racismo e outras formas de discriminação
- O despreparo e a violência da polícia
- A destruição do meio ambiente
- A lentidão e outros problemas com a Justiça
- A falta de perspectiva profissional para os jovens
- O despreparo do povo
- A falta de acesso às tecnologias
- A educação e sua qualidade
- Nenhuma / nada pode ser feito / não há solução para esses problemas.
- Não sei
- Other:

**Assinale até 3 (três) alternativas que melhor representem os temas que mais o preocupam e que mais você discute (com amigos, familiares, desconhecidos) em suas interações nas redes sociais (ou internet): \***

IMPORTANTE: Selecione apenas os TRÊS mais significativos para serem assinalados.

- Segurança / violência
- Emprego / profissão
- Acesso às tecnologias / redes sociais
- Saúde
- Educação
- Drogas
- Crise econômica / financeira
- Família
- Administração política do Brasil
- Assuntos pessoais
- Meio ambiente / infraestrutura
- Questões sociais / desigualdade
- Moradia
- Fome / miséria
- Transporte
- Religião / Intolerância religiosa
- Relacionamentos íntimos / amizades
- Sexo e sexualidade
- Gravidez
- Nenhum tema gera preocupação ou debate
- Não sei responder.
- Other:

Submit

*Never submit passwords through Google Forms.*

100%: You made it.